Seria *Collegium. Psihologie* este inițiată de Adrian Neculau.

KORY FLOYD este profesor de comunicare la Arizona State University, unde susține şi cursuri doctorale de psihologie clinică, psihologie socială şi sănătate globală. Este autorul volumelor: *Communicating Affection: Interpersonal Behavior and Social Context* (2008), *Biological Dimensions of Communication: Perspectives, Methods, and Research* (2009), *Nonverbal Communication* (2010), *Communication Matters* (2010).

Kory Floyd, *Interpersonal Communication*, Second Edition

Pe copertă: © iStockphoto.com/Emine Bayram

www.polirom.ro

Editura POLIROM
Iaşi, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700506
Bucureşti, Splaiul Unirii nr. 6, bl. B3A, sc. 1, et. 1,
sector 4, 040031, O.P. 53, C.P. 15-728

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României:

FLOYD, KORY

Comunicarea interpersonală / Kory Floyd; trad. de Miruna Andriescu. – Iaşi: Polirom, 2013
Index

ISBN print: 978-973-46-3341-8
ISBN ePUB: 978-973-46-3468-2
ISBN PDF: 978-973-46-3469-9

I. Andriescu, Miruna (trad.)

316.77

Printed in ROMANIA

Kory Floyd

COMUNICAREA INTERPERSONALĂ

Traducere de Miruna Andriescu

POLIROM
2013

Pentru toţi cei care muncesc ca să ne facă viaţa mai bună

Cuprins

Partea a II-a

UTILIZAREA APTITUDINILOR DE COMUNICARE INTERPERSONALĂ

Casete

Comunicarea: zona întunecată/luminoasă

Zona întunecată

Zona luminoasă

Realitate sau ficțiune?

Conect@ți-vă

Evaluaţi-vă aptitudinile

Aveţi aptitudini?

Dragi cititori,

Îmi amintesc şi acum cum a reacţionat familia mea cînd am spus că vreau să studiez comunicarea. *Ştii deja să comunici*, îmi amintesc că a spus o rudă. Membrilor familiei mele comunicarea li se părea ceva de la sine înţeles, prin urmare nu le era clar de ce am nevoie de un doctorat ca să o înţeleg.

Se pare că mulţi oameni au aceeaşi impresie ca rudele mele. Deoarece comunicăm aproape în fiecare zi, este greu să nu concepem comunicarea ca fiind complet intuitivă.

Acest lucru se verifică îndeosebi în cazul comunicării interpersonale, deoarece crearea şi menţinerea relaţiilor cu ceilalţi constituie o activitate larg răspîndită. Cercetările şi studiile formale ne pot învăţa ceva ce nu ştim deja din experienţa trăită? Nu sîntem cu toţii experţi în comunicarea interpersonală? De dragul disputei, să presupunem că am fi. Prin urmare, de ce atît de frecvent ne înţelegem greşit unii pe alţii? De ce rata divorţurilor este atît de ridicată? Cum de – se pare – femeile şi bărbaţii vorbesc limbi diferite? Cum explicăm popularitatea cărţilor de autoajutorare, a consilierilor specializaţi în relaţii şi a talk-show-urilor? Dacă sîntem cu toţii experţi în comunicarea interpersonală, de ce aceasta este atît de dificilă uneori? Poate că totuşi comunicarea nu este atît de intuitivă pe cît s-ar crede.

Cînd am scris prima ediţie a cărţii *Comunicarea interpersonală*, scopul meu era să-i ajut pe studenţi să înţeleagă cum anume comunicarea interpersonală le afectează relaţiile şi le influenţează sănătatea, fericirea şi calitatea vieţii. Am vrut să-i îndemn pe studenţi să depăşească noţiunile comune legate de comunicare şi să îi ajut să înţeleagă valoarea investigării sistematice a proceselor interpersonale. Am vrut să satisfac priorităţile respective, vorbind cu studenţii într-un mod care să le suscite interesul şi să-i încurajeze să folosească atît conţinutul, cît şi instrumentele cognitive, în vederea relaţionării teoriilor şi conceptelor cu propriile lor experienţe.

Lumea noastră se schimbă rapid în prezent – la fel şi modalităţile în care comunicăm. În ultimii ani, am văzut cum oamenii folosesc formele de comunicare mediate de calculator în moduri care altădată nici nu puteau fi imaginate. Soldaţi aflaţi în misiune urmăresc în direct cum li se nasc copiii, pe Skype. Studenţii organizează manifestaţii anunţate cu mai puţin de o zi înainte, prin Twitter. Adulţii încredinţaţi spre adopţie cînd erau copii folosesc Facebook-ul pentru a-şi găsi părinţii biologici. Şi, în pofida dezvoltării acestor platforme noi de comunicare, e-mailul nu este nici pe departe pe cale de dispariţie: majoritatea adulţilor au declarat în cadrul unui studiu recent că au folosit e-mailul mai mult sau la fel de mult în ultimul an. Fiecare tehnologie nouă ne micşorează şi mai mult lumea, astfel încît aptitudinile legate de comunicarea interpersonală devin tot mai valoroase. Urmărind în continuare scopul iniţial al bunăstării şi al aplicaţiilor cotidiene, această nouă ediţie a *Comunicării interpersonale* îi ajută pe studenţi să-şi consolideze aptitudinile interpersonale de care au nevoie pentru a comunica eficient în mediile de astăzi.

În mod ideal, un manual bun nu numai că va trezi interesul şi entuziasmul studenţilor, ci le va oferi şi profesorilor un sprijin relevant, actual şi de bună calitate. Această a doua ediţie le oferă profesorilor propria lor ediţie a textului, cu adnotări marginale, precum şi un site şi un set de teste care îşi propune să anime acest curs de comunicare în propria lor sală de curs. Profesorii şi studenţii vor beneficia de pe urma adăugării platformei Connect Interpersonal, o platformă online de învăţare, flexibilă, inovatoare, care include LearnSmart, un instrument adaptabil de evaluare; activităţi de învăţare directă; chestionare, precum şi un e-book integrat. Platforma Connect Interpersonal le permite instructorilor să adapteze mai bine durata orelor de curs la necesităţile studenţilor şi le oferă studenţilor foarte multe oportunităţi pentru exersarea şi evaluarea aptitudinilor interpersonale. Sper ca rezultatul acestor eforturi să fie un pachet coerent de materiale interesante şi actuale pentru studiul comunicării interpersonale.

Colaboratori

Sînt foarte recunoscător unui grup de profesori excepţionali, cu inteligenţă perceptivă, din întreaga ţară, care au revizuit lucrarea şi mi-au oferit opinii şi sugestii care au contribuit la o amplă îmbunătăţire a celei de-a doua ediţii* a *Comunicării interpersonale*.

Revizori ai manuscrisului

Courtney Allen, *University of Florida*
Amy Arellano, *Kansas City, Kansas, Community College*
Jacob Arndt, *Kalamazoo Valley Community College*
Suzanne Atkin, *Portland State University*
Cameron Basquiat, *College of Southern Nevada*
Carol L. Benton, *University of Central Missouri*
Leah E. Bryant, *DePaul University*
Nanci Burk, *Glendale Community College*
Jack Byer, *Bucks County Community College*
Judy Carter, *Amarillo College*
Donetta Cooper, *Ivy Tech Community College*
Tasha Davis, *Austin Community College - Northridge*
Jennifer Del Quadro, *Northampton Community College*
Donna Ditton, *Ivy Tech Community College*
Jean Dolan, *Bucks County Community College*
Katrina M. Eicher, *Kentucky Community & Technical College*
Jodi Gaete, *Suffolk County Community College*
Colleen Garside, *Weber State University*
Jill Gibson, *Amarillo College*
Ava Good, *San Jacinto College*
Stacy Gresell, *Lone Star College CyFair*
Neva Kay Gronert, *Arapahoe Community College*
Anneliese M. Harper, *Scottsdale Community College*
Tina M. Harris, *University of Georgia*
Terry Helmick, *Johnson County Community College*
John Hyatt, *Trident Technical College*
Jacob Isaacs, *Ivy Tech Community College - Lafayette*
Jacqueline Luongo, *Johnson County Community College*
Jessica Moore, *North Carolina State University*
Mark Morman, *Baylor University*
Thomas Morra, *Northern Virginia Community College*
David Moss, *Mt. San Jacinto College*
Susan Olson, *Mesa Community College*
Lisa M. Orick-Martinez, *Central New Mexico Community College*

---

* Kory Floyd, *Interpersonal Communication*, Second edition, McGraw-Hill, 2011 (n. ed.).

Daniel Paulnock, *Saint Paul College*
Amber Reinhardt, *University of Missouri - St. Louis*
Sarah Riley, *University of Kentucky*
Barbara Rochon, *Bay de Noc Community College*
Paul Schrodt, *Texas Christian University*
Alan Shiller, *Southern Illinois University, Edwardsville*
Jamie Stech, *Iowa Western Community College*
Brigit K. Talkington, *George Mason University*
Calvin L. Troup, *Duquesne University*
Joseph M. Valenzano III, *University of Dayton*
Aimee Zadak, *Nova Southeastern University*
Lori Zakel, *Sinclair Community College*
Kent Zimmerman, *Sinclair Community College*

Colaboratori la Connect

Courtney Allen, *University of Florida*
Leah E. Bryant, principal expert de specialitate, *DePaul University*
Nanci Burk, *Glendale Community College*
Stacy Gresell, *Lone Star College CyFair*
Jacqueline Luongo, *Johnson County Community College*

Revizori ai cercetărilor digitale

Courtney Allen, *University of Florida*
Cameron Basquiat, *College of Southern Nevada*
Jack Byer, *Bucks County Community College*
Jean Dolan, *Bucks County Community College*
Tina M. Harris, *University of Georgia*
Jacqueline Luongo, *Johnson County Community College*
Thomas Morra, *Northern Virginia Community College*
Susan Olson, *Mesa Community College*
Amy Poteet, *Ashland Community & Technical College, Kentucky*
Amber Reinhardt, *University of Missouri - St. Louis*
Alan Shiller, *Southern Illinois University, Edwardsville*
Jamie Stech, *Iowa Western Community College*

Revizori ai designului

Hilary Altman, *Merritt College*
Amy Arellano, *Kansas City, Kansas, Community College*
Jacob Arndt, *Kalamazoo Valley Community College*
Jack Byer, *Bucks County Community College*
Donna Ditton, *Ivy Tech Community College - Northeast Indiana*
James C. Duncan, *Ivy Tech Community College - Central Indiana*
Nicole Juranek, *Iowa Western Community College*
Steven King, *Ivy Tech Community College - Southern Indiana*
Brian Lempke, *University of Phoenix*
Richard Morales, *Sinclair Community College*
Jorge Mota, *San Jacinto College*
Joanne Tucker, *Dutchess Community College*

Mulțumiri

Unul dintre lucrurile care îmi plac cel mai mult cînd scriu cărţi este că foarte mulţi oameni au roluri esenţiale legate de apariţia unei cărţi noi. Aceasta nu a fost o excepţie şi îmi face plăcere să le mulţumesc celor a căror contribuţie şi sprijin au fost esenţiale pentru cartea pe care o citiţi acum.

În primul rînd, recunoştinţa mea sinceră se îndreaptă spre toţi cei de la McGraw-Hill Higher Education. Este o reală plăcere să lucrezi cu ei şi să îi cunoşti. Steve Debow, Mike Ryan, Rhona Robbin, Leslie Oberhuber, Mika De Roo, Susan Goujinstook, David Patterson, Jamie Daron şi Elena Mackawgy au reprezentat o sursă constantă de inspiraţie, energie, umor şi căldură şi apreciez foarte mult relaţia pe care o am cu fiecare dintre ei. De asemenea, le aduc mulţumiri speciale editorului responsabil cu producţia, Holly Irish, şi Cassandrei Chu şi echipei ei de design, pentru creativitatea lor excepţională, precum şi managerului de produse digitale Janet Byrne Smith şi managerului de proiecte media Mathew Sletten, pentru munca lor plină de pricepere la proiectul Connect.

Sylvia Mallory este un editor de dezvoltare excelent. Şi-a dedicat nenumărate ore sarcinii de a face această carte cît mai inedită şi mai interesantă posibil şi a realizat acest lucru cu foarte mult tact. Fiecare pagină din această carte a fost îmbunătăţită datorită implicării ei şi nu îi pot mulţumi îndeajuns.

De asemenea, vreau să-mi exprim mulţumiri entuziaste la adresa întregii echipe de vînzări de la McGrawHill Higher Education. Aceştia sînt specialiştii care vă vizitează campusurile şi se asigură că studenţii şi profesorii dispun de tot ceea ce le trebuie pentru a avea succes în clasă. Este o slujbă solicitantă şi uneori ingrată, dar reprezentanţii McGraw-Hill sînt într-adevăr devotaţi succesului dumneavoastră, iar eu apreciez tot ceea ce fac ei.

În cele din urmă, voi fi întotdeauna recunoscător sprijinului pe care mi-l acordă familia şi prietenii mei. Cu cît învăţ mai mult despre comunicarea interpersonală, cu atît apreciez mai mult oamenii care mă acceptă, mă valorizează, mă provoacă şi mă iubesc. Vă ştiţi care sînteţi şi vă mulţumesc.

1

Despre comunicare

1 De ce comunicăm

2 Specificul comunicării

3 Cum comunicăm la nivel interpersonal

4 Consolidarea competențelor de comunicare

COMUNICAREA POATE SALVA VIAȚA UNUI OM

Serialul *Intervention* de pe postul de televiziune A&E prezintă cazuri ale unor tineri adulți care se confruntă cu riscuri serioase din cauza dependenței de alcool, droguri sau jocuri de noroc, din cauza tulburărilor de alimentație sau din cauza contactelor sexuale neprotejate. Fiecare episod include o intervenție reală, o conversație structurată în care familia persoanei dependente și prietenii acesteia încearcă să o convingă să apeleze la ajutor calificat. Acesta a fost și cazul lui Brooks, un tînăr de 21 de ani care a devenit dependent de droguri după ce a rămas paralizat de la mijloc în jos din cauza unui accident rutier. Cînd familia lui a intervenit, fratele lui mai mic, Chace, a insistat ca Brooks să se interneze într-un centru de tratament:

> Brooks, am văzut că dependența de droguri ți-a afectat viața în mod negativ în mai multe privințe. A distrus relația apropiată pe care o aveam noi doi cîndva. Dormi toată ziua și te distrezi toată noaptea. Nu este bine ca eu să te sprijin să trăiești așa în continuare. Te pot susține doar dacă vrei să te ajuți tu însuți. Vrei să mergi astăzi la tratament?

Ca urmare a comunicării în familie, Brooks a inițiat tratamentul de recuperare. Deși recuperarea lui a fost un proces îndelung și dureros, a renunțat la droguri în decembrie 2006. Pentru Brooks și familia lui, prin urmare, comunicarea a avut un efect pozitiv – poate chiar i-a salvat viața.

Este aproape imposibil să supraestimăm importanța relațiilor noastre apropiate. Prietenii noștri ne pot face să rîdem, ne ajută să ne păstrăm sănătatea mintală și ne readuc pe linia de plutire cînd sîntem deprimați. Partenerii noștri de cuplu ne pot face să ne simțim de parcă am fi singura persoană din lume care contează, iar uneori rudele noastre ne copleșesc cu dragostea „dură" necesară pentru ca să ne fie bine, așa cum a făcut fratele lui Brooks pentru el. Concomitent, relațiile pot constitui o provocare profundă. Uneori, chiar și cei mai apropiați prieteni ne pot enerva. Uneori, membrii familiei nu sînt foarte sinceri cu noi. Uneori nu știm prea bine cum să le oferim ajutor celorlalți cînd au nevoie de el.

Faptul că relațiile dintre oameni pot fi sursa unor bucurii și a unor suferințe foarte mari este cît se poate de remarcabil. Ce anume diferențiază o relație care merge bine de una care merge prost? Unul din factorii cei mai importanți este felul în care comunicăm. Dacă Chace nu ar fi avut curajul să-l abordeze în mod direct pe fratele lui cu privire la dependență, poate că Brooks nu s-ar fi lăsat convins niciodată să renunțe.

1. De ce comunicăm

Întrebarea „De ce comunicăm?" poate părea la fel de inutilă ca întrebarea „De ce respirăm?". La urma urmei, vă puteţi imagina existenţa dumneavoastră fără comunicare? Desigur, cu toţii avem momente în care preferăm să fim singuri. Totuşi, majoritatea am considera că este aproape imposibil – şi foarte nesatisfăcător – ca de-a lungul vieţii să nu avem şansa de a interacţiona cu alţii. Poate din acest motiv petrecem atît de mult timp comunicînd, fie faţă în faţă, fie pe cale electronică (vezi tabelul 1.1).

S-ar putea crede că, întrucît comunicăm atît de mult, sîntem cu toţii experţi în comunicare. În realitate însă, adesea nu recunoaştem cu cîte provocări ne confruntăm sub aspectul comunicării. Pentru a învăţa să eliminăm aceste provocări, trebuie să începem prin a analiza în primul rînd de ce anume comunicăm. După cum vom descoperi în această secţiune, comunicarea ne influenţează multe aspecte ale existenţei, de la necesităţile fizice şi alte necesităţi cotidiene la experienţele noastre legate de relaţii, spiritualitate şi identitate.

Tabelul 1.1. Viaţa online: comunicare în cyberspaţiu

18	Numărul de ore pe săptămînă pe care americanul obişnuit le petrece pe Internet
87	Procentul de adolescenţi americani care ţin telefonul mobil la îndemînă cînd dorm
357	Numărul de mesaje text trimise de americanul obişnuit într-o lună
600	Numărul de tweeturi trimise pe secundă
141.000.000	Numărul de bloguri active online
247.000.000.000	Numărul mediu de e-mailuri trimise zilnic

Surse: Compania Nielsen, Pew Research Center; Twitterblog; Blogpulse. Statisticile datează din mai 2010.

Comunicarea satisface necesităţi fizice

Comunicarea ne menţine sănătoşi. Fiinţele umane au o componentă socială atît de puternică, încît, cînd ni se neagă şansa de a interacţiona, sănătatea mintală şi psihică poate avea de suferit. Acesta este un motiv major pentru care izolarea este o pedeapsă atît de aspră. O serie de studii au evidenţiat că, atunci cînd oamenii sînt izolaţi de ceilalţi o perioadă îndelungată, sănătatea li se poate deteriora rapid[1]. La fel, persoanele care se simt izolate din punct de vedere social din cauza sărăciei, lipsei unei locuinţe, din cauza unei boli mintale sau a obezităţii pot fi afectate la rîndul lor de lipsa interacţiunii cu ceilalţi[2].

Subiect de discuţie: Studenţii pot fi uimiţi să afle că oamenii care iau parte la experimente privind izolarea dau dovadă adesea de detresă emoţională şi psihologică după doar cîteva zile.

Afirmaţia că nu putem supravieţui fără contact uman poate părea exagerată, dar nu este departe de adevăr, după cum o demonstrează un experiment bizar din secolul al XIII-lea. Împăratul german Frederic al II-lea voia să ştie ce limbă ar vorbi oamenii în mod natural, dacă nu ar fi învăţaţi o anumită limbă. Ca să afle acest lucru, a încredinţat 50 de nou-născuţi unor îngrijitoare care trebuiau doar să-i hrănească şi să-i îmbăieze, fără să le vorbească sau să îi ţină în braţe. Împăratul nu a aflat niciodată răspunsul la întrebarea lui, deoarece toţi copiii au murit[3]. Respectivul experiment a fost cu siguranţă lipsit de etică, adică nu a respectat principiile fundamentale care îi călăuzesc pe oameni cînd judecă dacă ceva este corect sau

greşit din punct de vedere moral. Din fericire, un astfel de experiment nu ar fi repetat în prezent, însă, după cum observă expertul în atingeri Tiffany Field, studiile mai recente efectuate în orfelinate şi centre de adopţii au arătat în mod convingător că interacţiunea umană, îndeosebi atingerea, este esenţială pentru supravieţuirea şi dezvoltarea normală a bebeluşilor[4].

Etica în prim-plan: Experimentul privind „limbajul natural" ar fi un bun subiect de discuţie despre etica cercetărilor privind comunicarea. Toate studiile, indiferent cît de bine intenţionate, implică cel puţin o anumită doză de risc pentru participanţi. Evaluarea acestor riscuri în raport cu potenţialele beneficii ale informaţiilor care ar putea fi aflate constituie o problemă permanentă privind efectuarea studiilor.

Interacţiunea socială contribuie şi la menţinerea sănătăţii adulţilor. Conform studiilor, persoanele lipsite de conexiuni sociale puternice, ca, de exemplu, prietenii şi relaţii familiale strînse, tind mai degrabă să sufere de afecţiuni grave, de pildă, afecţiuni cardiace şi hipertensiune arterială, în comparaţie cu persoanele care au relaţii apropiate, satisfăcătoare[5]. De asemenea, primele au şanse mai mari să prezinte afecţiuni minore, de exemplu, viroze, iar adesea au nevoie de mai mult timp pentru a-şi reveni după boli sau răniri[6]. Cercetătorii în domeniul comunicării Chris Segrin şi Stacey Passalacqua au descoperit chiar că singurătatea este asociată cu tulburări de somn şi cu stres[7].

Importanţa interacţiunii sociale este adesea evidentă pentru persoanele stigmatizate. Un **stigmat** este o caracteristică ce discreditează o persoană, făcînd să fie privită drept anormală sau indezirabilă[8]. Totuşi, nu atributul în sine stigmatizează persoana respectivă, ci modul în care acel atribut este perceput de ceilalţi membri ai societăţii din care face parte persoana. De exemplu, în Statele Unite, infectarea cu HIV este amplu stigmatizată din cauza asocierii sale cu două populaţii marginalizate – homosexualii şi utilizatorii de droguri administrate intravenos –, chiar dacă multe persoane infectate cu HIV nu aparţin nici unuia dintre aceste grupuri[9]. Americanii nu au tendinţa de a stigmatiza persoanele cu astm, diabet sau chiar cancer în aceeaşi măsură ca pe cele infectate cu HIV, deşi şi celelalte boli pot fi grave şi pot chiar să pună viaţa în pericol.

➲ **stigmat** Caracteristică ce discreditează o persoană, făcînd-o să fie considerată anormală sau indezirabilă.

Cercetarea în prim-plan: Psihologul Sheldon Cohen a descoperit că, cu cît reţeaua socială a unei persoane este mai solidă, cu atît persoana respectivă are mai puţine şanse de a suferi de viroze.

Imaginaţi-vă cît de dificil ar fi să comunicaţi dacă nu aţi putea vorbi limba pe care o folosesc toţi ceilalţi. Aceasta este o experienţă comună multor imigranţi.

Persoanele stigmatizate se pot simţi adesea izolate, incapabile să se „integreze" în rîndul celorlalţi. În consecinţă, pot avea tendinţa de a resimţi într-o măsură mai mare efectele negative fizice ale interacţiunii sociale limitate. În plus, cu cît au mai puţine interacţiuni sociale, cu atît tind să continue să se simtă stigmatizate. Deşi nu toată lumea are nevoie de acelaşi grad de interacţiune pentru menţinerea sănătăţii, comunicarea joacă un rol important în acest sens.

Comunicarea satisface necesităţi relaţionale

Pe lîngă necesităţile noastre fizice, avem o serie de necesităţi relaţionale, ca, de exemplu, nevoia de companie şi afecţiune, relaxare şi evadare[10]. Nu avem neapărat cu toţii aceleaşi necesităţi în relaţiile noastre – probabil că vă apreciaţi prietenii din motive oarecum diferite decît cele pentru care vă apreciaţi rudele, de exemplu. Ideea principală este însă că avem nevoie de relaţii, iar comunicarea constituie o componentă importantă a modului în care construim şi menţinem relaţiile respective[11].

Gîndiţi-vă la modul în care multe structuri din vieţile noastre sînt destinate promovării interacţiunilor sociale. Cartierele, şcolile, locurile de muncă, mallurile, cinematografele şi restaurantele sînt toate cadre sociale în care interacţionăm cu alţi oameni. În plus, Internetul oferă modalităţi nenumărate de a ne conecta cu ceilalţi, iar multe persoane îşi fac prieteni noi – sau chiar cunosc parteneri de cuplu – online[12]. Imaginaţi-vă cît de dificil ar fi să întemeiaţi şi să

menţineţi relaţii sociale solide dacă v-ar lipsi capacitatea de a comunica cu oamenii. Specialista în dezvoltare umană Rosemary Blieszner a descoperit că aceasta este o experienţă comună pentru mulţi emigranţi, care adesea învaţă cu dificultate valorile culturale şi limba noilor lor medii, iar mulţi se pot simţi singuri sau ignoraţi de ceilalţi, pe parcursul acestui proces[13].

Unii cercetători consideră că nevoia noastră de a avea relaţii este atît de puternică, încît ne putem descurca greu fără ele[14]. De exemplu, studiile au demonstrat că o viaţă socială bogată este unul dintre cei mai clari indicatori ai fericirii generale a unei persoane[15]. Totuşi, simpla interacţiune nu este suficientă: studiile relevă că implicarea în conversaţii *semnificative* induce fericirea, în timp ce „discuţiile banale" sînt asociate cu o diminuare a stării de bine[16]. În filmul *No Strings Attached* (*Fără obligaţii*, 2011), Adam (interpretat de Ashton Kutcher) şi Emma (interpretată de Natalie Portman) încearcă să-şi menţină relaţia strict fizică şi superficială, dar descoperă că au nevoie de ceva mai semnificativ unul de la celălalt.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-i fiecărui student să alcătuiască o listă de zece prieteni şi să noteze cîte trei-patru lucruri pe care le apreciază cel mai mult la fiecare. Folosiţi acest exerciţiu pentru a genera conversaţii despre necesităţile relaţionale şi despre modul în care apelăm la o diversitate de persoane pentru a ni le satisface. Acest exerciţiu va demonstra că nici o persoană, nici măcar partenerul conjugal, nu ne poate satisface toate necesităţile relaţionale.

Subiect de discuţie: Întrebaţi studenţii cîţi dintre ei au cunoscut online persoane pe care le consideră prieteni veritabili. În ce fel i-a ajutat Internetul să-şi consolideze relaţiile? În ce mod – dacă există vreunul – le-a afectat capacitatea de a relaţiona cu ceilalţi?

Conform studiilor efectuate de sociologul Norval Glenn şi de psihologul Charles Weaver, cel mai important factor anticipator al fericirii în viaţă este – de departe – fericirea maritală[17]. A avea o căsnicie fericită este mai important decît venitul, statutul conferit de locul de muncă, educaţie, timpul liber sau orice altceva, din perspectiva satisfacţiei unei persoane. În sens negativ, persoanele care au căsnicii nefericite tind într-o măsură mult mai mare să sufere de depresie majoră şi au o stare de sănătate mai precară decît persoanele cu căsnicii fericite[18].

Relaţia de tip cauză şi efect dintre căsnicie şi fericire nu este simplă. Se poate ca fericirea şi bunăstarea să fie stimulate de căsniciile solide sau se poate ca oamenii fericiţi, sănătoşi să aibă mai multe şanse de a fi căsătoriţi. Indiferent ce stă la baza acestei asocieri, este clar că relaţiile personale joacă un rol important în viaţa noastră, iar comunicarea ne ajută să le formăm şi să le menţinem.

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să intervieveze informal persoane importante din viaţa lor: un părinte, un coleg de cameră, partenerul de cuplu, un prieten vechi. Ar trebui să întrebe pe fiecare persoană: „Cum mi-ai descrie personalitatea folosind cinci cuvinte?". Spuneţi-le studenţilor să redacteze un scurt raport în care să găsească asemănări şi diferenţe între cele cinci răspunsuri ale fiecărei persoane.

Comunicarea satisface necesităţi identitare

Sînteţi o persoană energică? Demnă de încredere? Inteligentă? Retrasă? Fiecare dintre noi ar putea găsi o listă lungă de adjective prin care să ne descriem, dar iată întrebarea esenţială: De unde *ştim* aceste lucruri? Cu alte cuvinte, cum anume se formează identitatea?

Felul în care comunicăm cu ceilalţi – şi modurile în care ceilalţi comunică cu noi – joacă un rol fundamental în modelarea viziunii noastre despre sine[19]. După cum veţi vedea în capitolul 3, oamenii îşi creează identitatea comparîndu-se cu ceilalţi. De exemplu, dacă vă consideraţi inteligent, acest lucru înseamnă că vă consideraţi mai inteligent decît majoritatea celorlalţi oameni. Dacă vă credeţi timid, îi consideraţi pe ceilalţi mai dezinvolţi decît dumneavoastră. Dacă vă consideraţi atractiv înseamnă că vi se pare că arătaţi mai bine decît majoritatea celorlalţi.

O modalitate prin care putem afla cum anume ne comparăm cu ceilalţi este comunicarea cu cei din jur. Dacă ceilalţi vă tratează ca pe un om inteligent, timid sau atrăgător, puteţi începe să credeţi că aveţi caracteristicile respective. Cu alte cuvinte, respectivele calităţi vor deveni o componentă a modului în care vă vedeţi pe dumneavoastră înşivă. După cum veţi vedea în capitolul 3, identitatea vi se dezvoltă de-a lungul vieţii, iar comunicarea joacă un rol

esenţial în derularea acestui proces. Cei care comunică bine au totodată capacitatea de a evidenţia diverse aspecte ale identităţilor lor în situaţii diferite. Pe parcursul unui interviu pentru obţinerea unui loc de muncă, poate fi foarte important pentru dumneavoastră să vă descrieţi latura organizată, eficientă; cînd vă relaxaţi alături de prieteni, puteţi pune accent pe latura dumneavoastră dornică de distracţie şi pe simţul umorului.

Felul în care comunicăm cu ceilalţi şi felul în care ceilalţi comunică cu noi joacă un rol esenţial în modelarea viziunii noastre despre sine – fie că ne considerăm inteligenţi, populari sau altruişti.

Etica în prim-plan: Moralitatea reprezintă o provocare pentru comunicarea interpersonală. Convingerile morale ale oamenilor variază mult; totuşi, mulţi cred că ideile lor individuale despre bine şi rău ar trebui să fie împărtăşite de toată lumea. Este uşor să uită m că ideile morale absolute sînt absolute doar pentru cei care cred în ele.

Pe lîngă faptul că ne ajută să ne exprimăm identitatea personală, comunicarea facilitează şi exprimarea identităţii culturale. După cum veţi descoperi în capitolul următor, cultura include simbolurile, convingerile, practicile şi limbajele care disting diverse grupuri de oameni. Modul în care vorbiţi, vă îmbrăcaţi, gesticulaţi şi vă distraţi – toate acestea reflectă valorile culturale pe care le preţuiţi.

Comunicarea satisface necesităţi spirituale

Subiect de discuţie: Deşi majoritatea oamenilor consideră că spiritualitatea este o dimensiune a vieţilor lor, ei au adesea opinii foarte diferite cu privire la semnificaţia spiritualităţii. Unii consideră că au o înclinaţie mai mare spre spiritualitate decît ceilalţi, iar alţii se pot considera înclinaţi spre spiritualitate, dar nu neapărat religioşi.

Un aspect important al identităţii pentru mulţi oameni din numeroase culturi este spiritualitatea lor. Aceasta include principiile apreciate în viaţă („Eu apreciez loialitatea" sau „Eu apreciez tratamentul egal aplicat tuturor oamenilor"). De asemenea, include moralitatea oamenilor sau ideile lor despre ceea ce este bine şi ceea ce este greşit („Nu este niciodată bine să furi, indiferent de circumstanţe" sau „Aş minţi ca să salvez viaţa cuiva, deoarece viaţa este mai importantă decît onestitatea"). În cele din urmă, spiritualitatea presupune convingerile oamenilor despre semnificaţia vieţii, care include adesea filosofii personale, veneraţia faţă de natură, credinţa într-un scop universal şi credinţa şi practicile religioase („Cred în Dumnezeu" sau „Cred că în viaţă culegi ceea ce semeni").

Comunicarea le permite oamenilor să-şi exprime credinţa şi spiritualitatea.

Un sondaj efectuat în 2010 pe un eşantion de peste 112.000 de studenţi americani a evidenţiat că mulţi dintre aceştia consideră că o anumită formă de spiritualitate constituie o componentă importantă a identităţii lor[20]. Aproape jumătate dintre cei intervievaţi au afirmat că ei consideră că integrarea spiritualităţii în viaţa lor este foarte importantă sau esenţială. Pentru cei care au luat parte la studiu, spiritualitatea nu includea neapărat religia formală; peste 68% au considerat că oamenii pot evolua spiritual fără a fi religioşi. Pentru oamenii care includ spiritualitatea în identitatea lor, comunicarea oferă o modalitate de exprimare şi împărtăşire a ideilor şi practicilor spirituale cu ceilalţi.

Comunicarea satisface necesităţi instrumentale

➲ necesităţi instrumentale Necesităţi practice, cotidiene.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să enumere ultimele cinci comportamente instrumentale de comunicare pe care le-au adoptat.

În cele din urmă, oamenii comunică pentru a-şi satisface necesităţile practice, cotidiene. Cercetătorii le denumesc **necesităţi instrumentale**. Printre acestea se numără sarcinile pe termen scurt, precum comandarea unei băuturi într-un restaurant, programarea telefonică a unei vizite la coafor, completarea unui formular pentru reduceri şi ridicarea mîinii pentru a răspunde în clasă. De asemenea, ele mai includ şi obiective pe termen lung, ca, de exemplu, găsirea unui loc de muncă şi obţinerea

unei promovări. Aceste comportamente comunicative pot să nu contribuie întotdeauna cu mult la îmbunătăţirea sănătăţii, identităţii sau spiritualităţii noastre. Totuşi, fiecare comportament este valoros, deoarece serveşte o necesitate care ne ajută să ne continuăm existenţa cotidiană.

PE SCURT • CINCI NECESITĂŢI PE CARE LE SATISFACE COMUNICAREA

Necesităţi fizice • Comunicarea ne ajută să ne menţinem sănătatea fizică şi mintală
Necesităţi relaţionale • Comunicarea ne ajută să formăm relaţii sociale şi personale
Necesităţi identitare • Comunicarea ne ajută să decidem cine sîntem şi cine vrem să fim
Necesităţi spirituale • Comunicarea ne ajută să ne împărtăşim convingerile şi valorile cu ceilalţi
Necesităţi instrumentale • Comunicarea ne ajută să ne achităm de multe sarcini cotidiene

Satisfacerea necesităţilor instrumentale este importantă din două motive. Primul constă în faptul că avem multe astfel de nevoi. De fapt, majoritatea comunicărilor în care ne implicăm zilnic sînt probabil comune şi de rutină – nu sînt conversaţii intense, cu conotaţii emoţionale, ci interacţiuni instrumentale, ca, de exemplu, comunicarea cu profesorii despre sarcinile de lucru sau preluarea comenzilor de la clienţi, la locul de muncă. Al doilea motiv pentru care satisfacerea necesităţilor instrumentale este atît de importantă constă în faptul că multe dintre ele – cum ar fi cumpărarea de alimente de la magazin sau comandarea de haine online – trebuie satisfăcute înainte ca alte necesităţi – de exemplu, menţinerea unor relaţii de calitate şi împlinirea pe planul carierei – să devină relevante[21].

ÎNVĂŢAŢI Ce legătură există între comunicare şi starea noastră de bine sub aspect fizic? Ce necesităţi relaţionale ne satisfacem prin intermediul comunicării? În ce mod comportamentele asociate cu comunicarea ne satisfac necesităţile de ordin identitar? Cum ne ajută comunicarea să ne exprimăm spiritualitatea? Care sînt necesităţile instrumentale pe care le satisface comunicarea?

APLICAŢI Descrieţi într-un scurt paragraf cum anume a contribuit comportamentul dumneavoastră de comunicare la satisfacerea necesităţilor de ordin fizic, relaţional, identitar, spiritual şi instrumental. Care nevoie sau nevoi au avut întîietate?

REFLECTAŢI Puteţi identifica modalităţi prin care propria dumneavoastră comunicare vă satisface necesităţile de ordin relaţional sau spiritual? Comunicaţi şi din alte motive care nu sînt descrise în această secţiune?

2. Specificul comunicării

În serialul de comedie *The Big Bang Theory*, Sheldon Cooper este specialist în teoria fizicii la Caltech. Avînd două titluri de doctor în fizică şi un IQ de 187, Cooper poate fi considerat geniu. Totuşi, în pofida intelectului său şi a realizărilor sale profesionale, Cooper nu are abilităţi sociale. Este copilăros şi egoist şi rareori îşi dă seama de faptul că nu dispune de capacităţi de comunicare, ceea ce îi afectează pe ceilalţi. Cum este posibil ca cineva atît de inteligent – şi care a comunicat practic în fiecare zi de cînd s-a născut – să comunice într-un mod atît de deficitar?

Într-un mod sau altul, şi dumneavoastră aţi comunicat zilnic încă de la naştere, aşa că este posibil să vă întrebaţi ce aţi mai putea avea de învăţat despre comunicare. De fapt, cercetătorii au încă multe întrebări despre modul în care comunicăm, cum înţelegem comportamentele altora şi ce efect are comunicarea asupra existenţelor şi relaţiilor noastre.

În această secţiune, pentru început, vom analiza diverse moduri de a înţelege procesul de comunicare. Vom examina apoi cîteva caracteristici importante ale comunicării şi vom investiga

diverse modalităţi de a concepe comunicarea în cadrul interacţiunii sociale. În cele din urmă, vom aborda cîteva mituri comune despre comunicare.

Trei modele ale comunicării umane

Cum aţi descrie procesul comunicării? Nu este atît de uşor pe cît pare; chiar şi cercetătorii au răspunsuri diferite la această întrebare. O descriere formală a unui proces precum comunicarea se numeşte **model**. În această secţiune, vom analiza trei modele diferite elaborate de cercetătorii care studiază comunicarea: modelul acţiunii, al interacţiunii şi al tranzacţiei. Aceste modele reprezintă evoluţia modului în care a fost definită şi descrisă comunicarea de-a lungul anilor de cei care o studiază.

➲ **model** Descriere formală a unui proces.

COMUNICAREA CA ACŢIUNE. În cadrul modelului comunicării ca acţiune, considerăm comunicarea un proces unidirecţional. Să presupunem că într-o zi vreţi să plecaţi mai devreme de la serviciu, ca să participaţi la o şedinţă cu părinţii la şcoala fiicei dumneavoastră şi vă pregătiţi să-i cereţi permisiunea superiorului dumneavoastră. După cum reiese din figura 1.1, modelul acţiunii începe cu o **sursă** – dumneavoastră – care are un gînd sau o idee pe care vrea să o comunice.

➲ **sursă** Originea unui gînd sau a unei idei.

Pentru a transmite ideea că vreţi să plecaţi mai devreme, trebuie să o **codaţi**; cu alte cuvinte, trebuie să vă formulaţi ideea prin intermediul limbajului sau al unui gest pe care superiorul dumneavoastră îl poate înţelege. Prin intermediul acestui proces, creaţi un **mesaj** care constă din elemente verbale şi/sau nonverbale de comunicare cărora oamenii le asociază semnificaţii. În acest exemplu, mesajul dumneavoastră ar putea fi întrebarea: „Aş putea să plec astăzi puţin mai devreme de la serviciu?".

➲ **a coda** A transla o idee în limbaj sau în gesturi.

➲ **mesaj** Elemente verbale şi nonverbale ale comunicării, cărora oamenii le conferă semnificaţii.

Conform modelului acţiunii, vă trimiteţi apoi mesajul prin intermediul unui **canal** de comunicare, un fel de cale. Îi puteţi adresa întrebarea superiorului dumneavoastră în mod direct, faţă în faţă. De asemenea, îi puteţi trimite întrebarea sub forma unui e-mail, prin intermediul unui SMS sau telefonînd-i. Toate acestea sînt canale de comunicare. Supraveghetorul dumneavoastră are rolul **receptorului** mesajului – persoana care o va **decoda** sau o va interpreta.

➲ **canal** Cale de transmitere a mesajelor.

➲ **receptor** Partea care interpretează un mesaj.

Pe parcursul procesului de comunicare, există posibilitatea să apară şi **zgomot**, adică orice interferează cu capacitatea unui receptor de a vă recepţiona mesajul. Principalele tipuri de zgomot sînt zgomotele fizice (de exemplu, o conversaţie din fundal, în cameră, sau interferenţe pe linia telefonică), zgomote psihologice (cum ar fi alte preocupări din ziua respectivă ale superiorului dumneavoastră) şi zgomote fiziologice (de exemplu, oboseala sau foamea). Prezenţa oricărui astfel de zgomot îl poate împiedica pe superior să acorde întreaga atenţie întrebării dumneavoastră.

➲ **a decoda** A interpreta sau a conferi semnificaţie unui mesaj.

➲ **zgomot** Orice interferează cu codarea sau decodarea unui mesaj.

De asemenea, zgomotul afectează capacitatea de a interpreta corect un mesaj. Decodarea unui mesaj nu înseamnă neapărat că trebuie să înţelegem ce încearcă să spună vorbitorul. Zgomotele de natură fizică, psihologică şi fiziologică ne pot face să înţelegem greşit cuvintele unei persoane, iar aceasta poate spune: „Nu asta am vrut să spun".

Se observă că modelul comunicării ca acţiune este foarte liniar: o sursă trimite un mesaj prin intermediul unui canal către un receptor, iar zgomotul interferează cumva cu mesajul. Multe persoane discută despre procesul comunicării şi îl concep într-o manieră liniară. De

exemplu, cînd întrebaţi pe cineva „Aţi primit mesajul meu?", îi daţi de înţeles că procesul comunicării este unidirecţional. Problema constă în faptul că rareori comunicarea umană este atît de simplă. De obicei, este mai degrabă un schimb bidirecţional decît un proces unidirecţional, mai asemănător cu tenisul decît cu bowlingul. În timp, această critică a modelului comunicării ca acţiune a dat naştere unui model actualizat, cunoscut drept modelul comunicării ca interacţiune.

COMUNICAREA CA INTERACŢIUNE. Modelul comunicării ca interacţiune, descris în figura 1.2, continuă de unde s-a terminat modelul comunicării ca acţiune. Acesta include toate elementele celui anterior: sursa, mesajul, canalul, receptorul, zgomotul, codarea şi decodarea. Totuşi, diferă de modelul comunicării ca acţiune în două moduri elementare. În primul rînd, recunoaşte faptul că procesul comunicării este unul bilateral. În al doilea rînd, adaugă alte două elemente: feedbackul şi contextul.

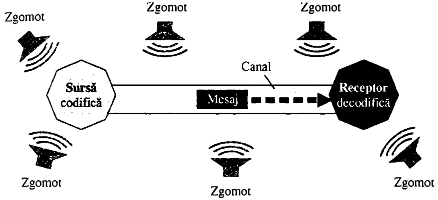


Figura 1.1. Modelul comunicării ca acţiune. În cadrul modelului comunicării ca acţiune, emiţătorul codifică un mesaj şi îl transmite prin intermediul unui canal de comunicare pe care trebuie să-l decodeze receptorul. A lăsa cuiva un mesaj pe mesageria vocală ilustrează procesul unilateral al modelului comunicării ca acţiune.

Dacă aţi studiat fizica, ştiţi că fiecare acţiune are o reacţiune. Această regulă se aplică şi comunicării. Să presupunem că îi spuneţi prietenului dumneavoastră Julio despre o persoană pe care o consideraţi atrăgătoare, de la spitalul unde faceţi voluntariat. În timp ce vă relataţi povestea, Julio probabil că încuviinţează şi spune „îhî", ca să vă arate că ascultă (sau poate cască pentru că a lucrat pînă tîrziu cu o seară înainte). De asemenea, el vă poate pune întrebări despre cum aţi cunoscut persoana respectivă sau vă poate spune că aceasta i se pare drăguţă. Cu alte cuvinte, Julio reacţionează la relatarea dumneavoastră oferind **feedback** sau diverse reacţii verbale şi nonverbale la mesajul dumneavoastră. Astfel, Julio nu este doar un receptor pasiv al mesajului dumneavoastră. În schimb, el se implică activ în crearea conversaţiei dumneavoastră.

➲ **feedback** Răspunsuri verbale şi nonverbale la mesaje.

Să ne imaginăm acum că îi relataţi povestea dumneavoastră lui Julio în timp ce beţi cafea într-un bar aglomerat unde vin mulţi salariaţi. I-aţi spune povestea în mod diferit decît dacă aţi fi singuri? Dar dacă aţi fi într-o sală de clasă, la şcoală? Dar dacă în aceeaşi cameră s-ar afla şi părinţii dumneavoastră?

Modelul comunicării ca interacţiune explică faptul că mesajele noastre sînt modelate de feedbackul pe care îl primim de la ceilalţi şi de contextul în care interacţionăm.

Toate aceste situaţii fac parte din **context** sau din mediul în care vă aflaţi. Acest mediu include atît contextul fizic, cît şi contextul psihologic. Contextul fizic constituie cadrul

➲ **context** Mediul fizic sau psihologic în care survine comunicarea.

Subiect de discuție: Solicitați-le studenților cîteva idei cu privire la ce anume ar putea constitui zgomote psihologice. Ce factori ne afectează capacitatea de a acorda atenție unui mesaj emis de o persoană și de a-l înțelege?

în care interacționați fizic cu ceilalți. În schimb, contextul psihologic implică factori care vă influențează starea de spirit, de exemplu, cît de formală este situația, de cîtă intimitate dispuneți și cît de mare este încărcătura emoțională a situației. Conform modelului comunicării ca interacțiune, ținem cont de context cînd ne implicăm într-o conversație. Cu alte cuvinte, ne dăm seama că ceea ce este adecvat în unele contexte poate fi inadecvat în altele și ne adaptăm comportamentele în consecință.

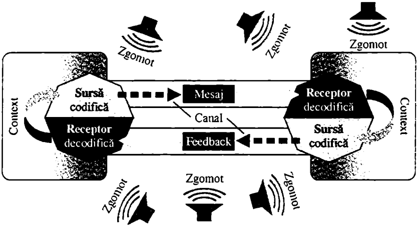


Figura 1.2. Modelul comunicării ca interacțiune. Acesta explică faptul că mesajele noastre sînt modelate de feedbackul pe care îl primim de la ceilalți și de contextul în care interacționăm.

Subiect de discuție: Tipul de feedback descris aici este desemnat adesea prin sintagma „semnale discursive de tip backchannel".

Ținînd cont de feedback și de context, modelul comunicării ca interacțiune prezintă procesul comunicării într-un mod mai realist decît modelul axat pe acțiune. În situația în care îi povestiți lui Julio despre noua dumneavoastră pasiune pentru o persoană, de exemplu, relatarea dumneavoastră și feedbackul lui Julio ar fi probabil influențate de locul în care stați de vorbă, de cîți alți oameni vă pot auzi (dacă vă poate auzi cineva) și dacă respectivele persoane sînt colegi de la locul de muncă, colegi de clasă, membri ai familiei sau străini.

Deși modelul comunicării ca interacțiune este mai realist decît modelul comunicării ca acțiune, el are totuși limite. Un neajuns ar fi faptul că nu sugerează cît de complexă poate fi comunicarea. Deseori, pe parcursul conversațiilor, se creează impresia că două persoane trimit și receptează informații simultan, în loc să comunice în mod simplu, pe rînd, cîte un mesaj. Modelul interacțiunii nu explică însă acest proces. Pentru a înțelege acest aspect al comunicării, ne vom îndrepta atenția asupra modelului comunicării ca tranzacție, care este în prezent cel mai complet și mai amplu folosit dintre modelele pe care la vom analiza în acest capitol.

Subiect de discuție: Multora li se pare dificil să comunice cu alte persoane și își adaptează comportamentele de comunicare în moduri nonfuncționale. De exemplu, oamenii vorbesc de obicei prea tare cu cei cu deficiențe de auz, cu vîrstnicii sau cu străinii. Deși o persoană în vîrstă poate să aibă auzul afectat, nu există nici o motivație funcțională pentru a-i vorbi mai tare unei persoane surde sau unei persoane care nu vorbește limba respectivă. Întrebați-i pe studenți de ce oamenii pot avea tendința să procedeze astfel.

Comunicarea ca tranzacție. Spre deosebire de modelul comunicării ca acțiune și al comunicării ca interacțiune, modelul comunicării ca tranzacție, ilustrat în figura 1.3, nu face distincție între rolul sursei și al receptorului, nici nu reprezintă comunicarea sub forma unei serii de mesaje alternative, ci mai degrabă sugerează că ambele persoane implicate într-o conversație sînt simultan surse și receptori. În plus, susține că o conversație decurge concomitent în ambele direcții.

Pentru a înţelege modelul comunicării ca tranzacţie, imaginaţi-vă că sînteţi cadru medical la o clinică şi îi explicaţi unui pacient în vîrstă cum să-şi aplice un magnet pe piele. Observaţi că pe chip i se citeşte nedumerirea – poate chiar şi îngrijorarea. Conform modelului comunicării ca interacţiune, aceste expresii faciale constituie un feedback la mesajul dumneavoastră. În schimb, modelul comunicării ca tranzacţie prevede faptul că veţi interpreta expresiile respective drept un mesaj în sine, astfel încît pacientul devine o sursă, iar dumneavoastră un receptor. Observaţi că acest proces are loc în timp ce îi prezentaţi pacientului instrucţiunile. Cu alte cuvinte, ambii trimiteţi şi primiţi mesaje concomitent.

Modelul comunicării ca tranzacţie nu numai că reflectă mai bine caracterul complex al comunicării, ci ne şi determină să medităm asupra contextului într-un sens mai general. Acesta sugerează că modul în care comunicăm este influenţat nu numai de mediul fizic şi fiziologic, ci şi de cultura noastră, de experienţă, gen şi de clasa socială.

Să revenim la exemplul anterior. Dacă îl cunoaşteţi de mai mult timp pe pacientul vîrstnic, l-aţi putea ajuta să vă înţeleagă recomandările făcînd referire la produse pe care i le-aţi mai prescris anterior.

Dacă nu este vorbitor nativ al limbii folosite în comunicare, puteţi fi nevoit să îi arătaţi mai degrabă cum se foloseşte magnetul, în loc să îi descrieţi doar verbal procedura. Dacă provine dintr-o clasă socioeconomică foarte diferită de a dumneavoastră, este posibil să vi se pară de la sine înţeles faptul că îşi poate permite medicaţia respectivă. Uneori este dificil să ţinem cont de modurile în care toate aceste aspecte ale contextului pot influenţa modul în care comunicăm. Totuşi, conform modelului comunicării ca tranzacţie, ele ne afectează întotdeauna.

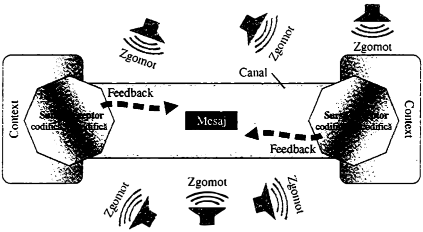


Figura 1.3. Modelul comunicării ca tranzacţie. Modelul comunicării ca tranzacţie recunoaşte faptul că ambele persoane implicate într-o conversaţie sînt simultan emiţători şi receptori. Medicul codifică mesajul pe care îl decodifică pacientul, dar şi pacientul codifică la rîndul său mesajele pe care le va decodifica medicul.

Evaluarea modelelor. Evident, cercetătorii au multe modalităţi diferite de a înţelege procesul comunicării. În loc să dezbatem care model este corect, este mai util să analizăm ideile utile pe care le oferă fiecare model. Cînd procedăm astfel, descoperim că fiecare model se potriveşte mai bine unei anumite situaţii în comparaţie cu altele.

De exemplu, trimiterea unui SMS către unul dintre profesorii dumneavoastră constituie un exemplu adecvat de situaţie specifică modelului comunicării ca acţiune. Dumneavoastră sînteţi sursa şi vă transmiteţi mesajul, prin intermediul unui canal scris, către un receptor (profesorul dumneavoastră). Zgomotele includ toate dificultăţile pe care le-ar putea avea profesorul dumneavoastră legate de deschiderea mesajului sau de înţelegerea scopului acestuia, din cauza limbajului folosit.

Un bun exemplu al modelului comunicării ca interacţiune survine atunci cînd predaţi un raport la serviciu, iar colegii din echipa dumneavoastră oferă comentarii scrise cu privire la recomandările pe care le-aţi făcut. Dumneavoastră (sursa) v-aţi transmis mesajul prin intermediul raportului, iar colegii dumneavoastră (receptorii) au oferit feedback, în contextul activităţii. În acest exemplu, zgomotul include orice dificultăţi întîmpinate de dumneavoastră sau de colegi în a înţelege ce spun ceilalţi.

Din perspectiva modelului comunicării ca tranzacţie, am observat că majoritatea conversaţiilor constituie exemple bune pentru acest model, deoarece ambele părţi trimit şi receptează mesaje simultan. Procesul survine, de exemplu, cînd intraţi într-o conversaţie cu cineva, în timp ce staţi la coadă în aeroport, în zona controlului de securitate. Puteţi discuta lucruri banale, de exemplu, unde călătoreşte fiecare dintre dumneavoastră în ziua respectivă sau cît de plictisitor, dar necesar, este procesul de verificare. În timp ce faceţi acest lucru, fiecare trimite mesaje verbale şi nonverbale către celălalt şi primeşte şi interpretează simultan astfel de mesaje de la celălalt. Conversaţia dumneavoastră este influenţată de context, în sensul că puteţi comunica doar ca să treacă timpul, pînă cînd unul dintre dumneavoastră trece de control. De asemenea, este influenţată de zgomot, inclusiv de indicaţiile personalului care efectuează controlul.

Prin urmare, fiecare model este util în unele situaţii, dar nu şi în altele. Modelul comunicării ca acţiune este prea simplist pentru a descrie o conversaţie faţă în faţă, dar cînd lăsaţi un bilet pentru cineva descrie destul de bine situaţia. Pe măsură ce veţi întîlni în această carte exemple de diferite situaţii de comunicare, vă puteţi întreba cît de bine le reflectă fiecare model.

Nu uitaţi că aceste modele ale comunicării au fost elaborate în timp. Odată ce cercetătorii au ajuns să cunoască limitările modelului comunicării ca acţiune, ei au elaborat modelul comunicării ca interacţiune, pentru a-l înlocui. De asemenea, deficienţele modelului comunicării ca interacţiune au dat naştere modelului comunicării ca tranzacţie, pe care mulţi cercetători îl consideră cea mai comprehensivă descriere a comunicării. Pe măsură ce modul în care înţelegem comunicarea continuă să se dezvolte, cercetătorii vor elabora probabil modele noi care vor reprezenta şi mai realist modelul comunicării ca proces.

În viaţa de zi cu zi: Mulţi dintre studenţii dumneavoastră folosesc probabil în mod frecvent Internetul. Data viitoare cînd vor interacţiona online cu cineva (de exemplu, prin email, prin mesaje instantanee sau într-un chat-room), rugaţi-i să observe modalităţi în care tehnologia permite introducerea semnalelor nonverbale. Acestea ar putea include folosirea emoticonurilor şi a reprezentărilor textuale sau a expresiilor faciale.

Acum că am analizat diverse moduri de modelare a procesului de comunicare, să descriem unele dintre cele mai importante caracteristici ale comunicării.

Şase caracteristici ale comunicării

Descrierea procesului de comunicare necesită mai mult decît simpla schiţare a modului în care are loc. Trebuie şi să îi catalogăm cele mai importante trăsături.

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să elaboreze un mesaj pe care intenţionează să-l comunice folosind un context bogat în canale şi apoi să îl reconstruiască pentru a-l utiliza într-un context cu canale puţine. Ce asemănări şi deosebiri sesizează între cele două mesaje?

➲ **context cu multe canale** Un context comunicaţional care implică mai multe canale simultan.

Comunicarea se bazează pe canale multiple. În cîte moduri diferite comunică oamenii unii cu ceilalţi? Expresiile faciale transmit cum se simte o persoană. Gesturile şi tonul vocii îi ajută pe alţii să-i interpreteze mesajele. Atingerea poate semnala sentimente precum afecţiunea şi agresiunea. Chiar şi îmbrăcămintea şi aspectul fizic le comunică celorlalţi mesaje despre persoana respectivă.

Unele situaţii sînt **contexte cu multe canale**, însemnînd că implică mai multe canale de comunicare diferite. În comunicarea faţă în faţă, de exemplu, puteţi acorda atenţie

cuvintelor partenerilor dumneavoastră, le vedeţi expresiile şi gesturile, le auziţi tonul vocii şi simţiţi cum vă ating. Deoarece trăiţi experienţa mai multor canale de comunicare, puteţi evalua informaţiile pe care le primiţi simultan de la canale. Alte situaţii sînt **contexte cu puţine canale**[22]. De exemplu, trimiterea de mesaje text se bazează aproape exclusiv pe text, aşa că nu putem trăi experienţa vocii sau a gesturilor. În consecinţă, putem acorda mai multă atenţie cuvintelor persoanei respective.

➲ **context cu puţine canale** Un context comunicaţional care implică mai puţine canale simultan.

Unele contexte comunicaţionale interpersonale au multe canale, de exemplu, o conversaţie faţă în faţă între prieteni. Alte contexte de comunicare interpersonale au puţine canale, de exemplu, situaţia trimiterii şi recepţionării mesajelor text.

Comunicarea trece prin filtre perceptuale. Orice trece printr-un filtru – de exemplu, aerul, apa sau lumina – iese puţin diferit faţă de cum a intrat. Acelaşi lucru se întîmplă şi cu comunicarea : ceea ce spune o persoană nu este exact acelaşi lucru cu ceea ce aude o altă persoană. Cu toţii trecem comunicările prin filtrul percepţiilor, experienţelor, prejudecăţilor şi convingerilor noastre[23].

Filtrele perceptuale influenţează modul în care înţelegem comunicarea. Într-un episod din Modern Family (familie modernă), *Claire o încurajează pe Hayley să nu se căsătorească cu cineva imatur. Claire lasă să se înţeleagă că Hayley ar trebui să aibă intenţii mai puţin serioase cu prietenul ei, însă Hayley crede că Claire face referire la propria ei căsnicie şi că îşi dezvăluie intenţia de a divorţa.*

Să presupunem că ascultaţi un senator care vorbeşte la televizor. Modul în care procesaţi şi înţelegeţi discursul depinde probabil de cît de mult sînteţi de acord cu ideile senatorului sau de apartenenţa dumneavoastră la acelaşi partid politic. Două persoane cu viziuni politice diferite pot asculta acelaşi discurs. dar pot auzi lucruri foarte diferite. Eu pot auzi un ansamblu de idei logice, bine gîndite, iar dumneavoastră puteţi să nu auziţi decît minciuni şi promisiuni deşarte.

De asemenea, filtrele perceptuale pot influenţa şi modul în care oamenii îşi înţeleg cuvintele proprii. Într-un episod din serialul de televiziune *Friends* (*Prietenii mei*), Rachel (interpretată de Jennifer Aniston) şi prietenul ei Ross (interpretat de David Schwimmer) se ceartă intens şi decid să „ia o pauză" în relaţia lor. Îşi dau seama rapid că înţeleg destul de diferit ce anume înseamnă „a lua o pauză". Pentru Rachel, „pauza" înseamnă pur şi simplu să nu se vadă o vreme, menţinînd însă relaţia lor intactă. Pentru Ross, „a lua o pauză" înseamnă că relaţia cu Rachel a luat sfîrşit. Astfel, după conflict, Ross se culcă cu altcineva. Rachel se simte complet trădată cînd află. În consecinţă, ea şi Ross pun capăt relaţiei, în mod oficial. Este important să observăm că Ross şi Rachel au fost de acord că „iau o pauză", atunci cînd Ross s-a culcat cu altcineva, dar au avut percepţii foarte diferite privind semnificaţia expresiei.

Multe aspecte din viaţa noastră ne pot influenţa percepţia comunicării. Fie că sîntem sau nu conştienţi de acest lucru, apartenenţa noastră etnică şi culturală, sexul, convingerile religioase, statutul socioeconomic, inteligenţa şi educaţia, nivelul de atractivitate fizică şi experienţele legate de boli şi de moarte pot funcţiona toate ca filtre, influenţînd modul în care percepem lumea şi felul în care înţelegem comunicarea. Puteţi asculta înţelegător cum îşi descrie cineva experienţa de persoană fără adăpost, pe baza acelor caracteristici şi ale altora. În schimb, alţi oameni ar putea da vina pe persoana respectivă pentru că a rămas fără locuinţă, deoarece au filtre perceptuale diferite de ale dumneavoastră.

Oamenii dau sens comunicării. Cînd scriem sau vorbim, ne alegem cuvintele în mod deliberat, astfel încît să putem spune ceea ce dorim. De unde provine acest sens ? În sine, un cuvînt nu are sens, ci este doar un sunet sau un ansamblu de semne pe o bucată de hîrtie sau pe un monitor. Un cuvînt este un **simbol** sau reprezentarea unei idei, dar cuvîntul în sine nu constituie ideea sau semnificaţia. Semnificaţia cuvintelor – şi a multor altor forme de comunicare – provine de la oamenii şi grupurile care le utilizează.

➲ **simbol** O reprezentare a unei idei.

Aproape întregul limbaj este arbitrar, adică cuvintele înseamnă ceea ce decid diverse grupuri de oameni că înseamnă. De exemplu, ce este un

„mouse" (engl. „şoarece")? Dacă aţi fi adresat această întrebare în urmă cu 40 de ani, răspunsul evident ar fi fost un mic rozător căruia îi place brînza şi care este urmărit de pisici. În prezent însă mulţi oameni ştiu că un „mouse" este un dispozitiv de indicare cu ajutorul căruia se poate naviga pe ecranul unui calculator. Iată un alt exemplu: ce este un „robot"? În Statele Unite, este o maşinărie care imită un om şi care efectuează sarcini mecanice. În Africa de Sud, cuvîntul englezesc „robot" desemnează un semafor.

Acestea sînt doar două exemple ale modului în care semnificaţia unui cuvînt depinde de cine anume îl foloseşte şi ale felului în care semnificaţiile pot varia în timp şi de la o cultură la alta. Cum definiţi fiecare dintre următoarele cuvinte? Ce alte semnificaţii ar putea avea, în funcţie de cine le foloseşte?

Subiect de discuţie: A afirma că limbajul este arbitrar nu înseamnă că limbajul nu este puternic. Drept subiect provocator, discutaţi cu studenţii despre folosirea termenilor prin care sînt descrise grupurile stigmatizate. De exemplu, care sînt implicaţiile desemnării cuiva drept „handicapat" faţă de „infirm" sau faţă de „cu capacităţi diferite"?

iarbă	drept
celulă	varză
marfă	dus

Ştiţi probabil că în unele contexte „marfă" înseamnă produse, iar „iarbă" se referă la vegetaţia de pe sol. Cum au evoluat în timp semnificaţiile acestor termeni?

➲ **dimensiunea conţinutului** Informaţii literale comunicate printr-un mesaj.

Comunicarea are semnificaţii literale şi implicaţii relaţionale. Aproape orice declaraţie verbală are o **dimensiune a conţinutului**, care constă din informaţiile literale comunicate cu privire la subiectul mesajului[24]. Cînd îi spuneţi unui prieten: „Azi sînt terminat", dimensiunea conţinutului mesajului este că vă simţiţi nefericit, plictisit sau deprimat. Cînd colegul dumneavoastră de cameră vă spune „Iar am rămas fără detergent", dimensiunea conţinutului mesajului este că nu mai aveţi detergent.

➲ **dimensiune relaţională** Semnale cu privire la relaţia în care este comunicat un mesaj.

Totuşi, mesajele presupun mai mult decît simplul conţinut literal. Multe mesaje transmit şi indicii cu privire la specificul relaţiei în cadrul căreia sînt comunicate. Aceste indicii alcătuiesc **dimensiunea relaţională** a mesajului. De exemplu, cînd îi spuneţi unui prieten că vă simţiţi „terminat", îi comunicaţi totodată mesajul „Mă simt suficient de confortabil în relaţia cu tine astfel încît să-ţi împărtăşesc cum mă simt" sau îi puteţi comunica „Vreau să mă ajuţi să mă simt mai bine". De asemenea, puteţi interpreta afirmaţia colegului de cameră că aţi rămas fără detergent ca avînd şi semnificaţia „Sînt sigur că eşti conştient de asta, dar îţi amintesc doar" sau puteţi considera că are sensul „Sînt iritat că nu înlocuieşti niciodată lucrurile din gospodărie cînd se termină". Chiar dacă aceste mesaje nu au fost niciodată rostite ca atare, adesea deducem semnificaţii cu privire la relaţiile noastre din tonul şi maniera în care sînt spuse acestea.

Analizaţi caseta „Aveţi aptitudini?", pentru sugestii cu privire la modul în care să identificaţi dimensiunea relaţională a mesajelor interpersonale. Cînd veţi întîlni elementele de tipul „Aveţi aptitudini?" din această carte, veţi găsi sfaturi practice pentru aplicarea principiilor comunicării interpersonale în propria dumneavoastră existenţă.

➲ **metacomunicare** Comunicare despre comunicare.

O modalitate prin care oamenii fac distincţie între dimensiunea conţinutului şi dimensiunea relaţională este **metacomunicarea**, comunicarea despre comunicare. Să presupunem că Ethan îl roagă pe tatăl său vitreg, Daniel, să-i citească lucrarea de licenţă, înainte ca Ethan să o predea studentului îndrumător. Daniel citeşte manuscrisul şi face însemnări critice precum „acest argument nu este convingător", „formulare stîngace" şi „nu înţeleg ce vrei să spui". După ce citeşte comentariile lui Daniel, Ethan este complet dezamăgit.

AVEȚI APTITUDINI?			
DIMENSIUNEA RELAȚIONALĂ A COMUNICĂRII **Dimensiunea relațională a mesajelor este importantă – învățați să o recunoașteți.**			
Ce?	**De ce?**	**Cum?**	**Încercați!**
Identificați dimensiunea relațională a unei afirmații.	Pentru a înțelege mesajul (mesajele) nerostit pe care o persoană ar putea încerca să vi-l comunice – cu alte cuvinte, semnalele de dincolo de afirmații, ca, de exemplu, „Mă simt ca un ratat" și „Proprietarul ne-a sunat ca să ne aducă aminte că am întîrziat cu plata chiriei".	1. Analizați afirmația din perspectiva emițătorului. 2. Formulați o presupunere cu privire la ce anume vrea să vă transmită emițătorul, referitor la relația dintre el și dumneavoastră. 3. Verificați-vă interpretarea.	Colegul dumneavoastră de cameră vă trezește și vă spune „Ninge și iar nu am curățat în fața casei". Pe baza relației dumneavoastră cu colegul de cameră, ce mesaje diferite v-ar putea comunica acesta?
ANALIZAȚI: ***Ce rol au în mesajul colegului dumneavoastră tonul și mimica acestuia?***			

Daniel: Credeam că vrei să afli părerea mea. Am încercat doar să te ajut să-ți îmbunătățești lucrarea; asta mi-ai cerut. De ce îmi interpretezi comentariile la modul personal?
Ethan: Nu este vorba despre ce ai spus, ci despre modul în care ai spus-o.

Concentrîndu-și atenția asupra solicitării lui Ethan de a primi feedback, Daniel respectă dimensiunea de conținut a conversației lor. El nu poate înțelege de ce Ethan este supărat, deoarece Ethan i-a solicitat feedbackul. Totuși, din perspectiva lui Ethan, comentariile lui Daniel au fost prea dure și lipsite de tact și l-au făcut să creadă că lui Daniel nu-i pasă de sentimentele lui. Prin urmare, Ethan se axează pe dimensiunea relațională a conversației. Pentru a evidenția această distincție, Ethan comunică cu Daniel, explicîndu-i că faptul că s-a simțit jignit nu s-a datorat lucrurilor pe care le-a spus Daniel, ci felului în care le-a spus. Această frază transmite gîndurile lui Ethan cu privire la comunicarea sa cu Daniel; prin urmare, are caracter metacomunicativ.

Comunicarea transmite un mesaj, fie acesta intenționat sau neintenționat. O mare parte din ceea ce comunicăm celorlalți are caracter deliberat. De exemplu, cînd vă pregătiți pentru un interviu în vederea ocupării unui loc de muncă, faceți acest lucru în mod intenționat, după ce v-ați gîndit de ce vă doriți respectivul post și cum veți răspunde la întrebările intervievatorului. Foarte rar se întîmplă să stabiliți un interviu în mod întîmplător.

Totuși, este posibil să comunicați o serie de alte lucruri fără să fi avut această intenție. De exemplu, v-ați străduit vreodată să nu adormiți la o întîlnire importantă? În pofida eforturilor dumneavoastră de a părea atent și interesat, poate că nu v-ați dat seama că postura cocoșată și pleoapele pe cale să se închidă semnalau oboseala pe care o simțeați după o zi lungă de lucru cu jumătate de normă și după ce ați frecventat cîteva cursuri. În cazul respectiv, comportamentul dumneavoastră trimitea mesaje neintenționate.

Specialiștii în comunicare au dezbătut timp de mulți ani dacă mesajele neintenționate pot fi considerate comunicări. Unii cercetători consideră că doar mesajele deliberate, intenționate fac parte din comunicare și că, dacă nu intenționați să comunicați, atunci nu comunicați[25]. Alții consideră că „nu avem cum să nu comunicăm", adică absolut tot ce facem are valoare comunicativă[26].

Exercițiu de redactare: Studenții au întîlnit poate deja ideea că „cineva nu poate să nu comunice". Ca exercițiu de redactare efectuat în sala de curs sau în afara ei, cereți-le să-și exprime argumentele pentru și împotriva acestei afirmații controversate.

Opinia mea se situează undeva la mijloc. Deşi nu cred că orice comportament posibil reprezintă o formă de comunicare, nu cred nici că un comportament trebuie să fie intenţional pentru a avea valoare comunicativă[27]. Aş sugera că pînă şi mesajele neintenţionate – de exemplu, cele pe care le-aţi exprimat poate cînd aţi încercat să rămîneţi treji pe parcursul unei întîlniri – constituie forme de comunicare deoarece ele transmit totuşi un înţeles[28]. Multe aspecte legate de aparenţe ilustrează acest efect. De exemplu, vederea unei persoane aflate în scaun cu rotile vă determină să trageţi concluzii diferite decît dacă vedeţi pe cineva care poartă un halat alb sau o haină vărgată de deţinut, însă mesajele respective pot să nu fie intenţionate din perspectiva respectivei persoane.

Comunicarea este guvernată de reguli. Regulile ne spun ce comportamente sînt impuse, preferate sau interzise în diverse contexte sociale[29]. Unele reguli de comunicare sînt **reguli explicite**, adică au fost formulate clar de cineva. Poate că părinţii dumneavoastră obişnuiau să spună: „Nu vorbi cu gura plină". Colegiul sau universitatea pe care o frecventaţi poate avea reguli stricte care interzic afirmaţiile discriminatorii la evenimentele din campus sau în publicaţiile respectivei instituţii de învăţămînt. Acestea sînt exemple de reguli explicite de comunicare, deoarece exprimă aşteptări directe cu privire la comportamentul comunicaţional.

➲ **regulă explicită** O regulă privind comportamentul care a fost exprimată clar.

Absenţa regulilor explicite privind comunicarea poate fi problematică la începutul unor relaţii noi. În filmul *I Love You, Man* (*Caut cavaler de onoare*, 2009), Peter Klaven (interpretat de Paul Rudd), abia logodit, descoperă că nu are suficienţi prieteni bărbaţi care să îl însoţească la nuntă. În timp ce îşi caută prieteni noi, descoperă că întemeierea prieteniilor masculine poate genera confuzii, din cauza absenţei regulilor. După ce cunoaşte un posibil prieten, Peter are emoţii înainte să îi telefoneze, deoarece nu ştie clar ce anume se aşteaptă de la el. Îşi exprimă frustrarea într-o conversaţie cu fratele său, Robbie (interpretat de Andy Samberg):

Peter: Nu-l pot suna pur şi simplu.
Robbie: De ce eşti atît de laş? Ţi-a dat cartea lui de vizită, este o invitaţie clară.
Peter: Urăsc chestia asta. Nu există nici un fel de reguli pentru prieteniile dintre bărbaţi.
Robbie: De ce anume te temi? Ai ieşit cu ceilalţi tipi.
Peter: Cu ăsta am emoţii.
Robbie: Pentru că îţi place de el.

În această scenă, Peter îşi exprimă îngrijorările cu privire la lipsa de reguli explicite pentru întemeierea prieteniilor masculine, iar Robbie clarifică regula conform căreia primirea cărţii de vizită a cuiva înseamnă o „invitaţie deschisă" de a-i telefona persoanei respective. Totuşi, multe reguli de comunicare sînt **reguli implicite** – reguli pe care aproape oricine dintr-un anumit grup social le cunoaşte şi le urmează, deşi nimeni nu le-a formulat şi nu le-a exprimat în mod oficial.

➲ **regulă implicită** O regulă despre comportament care nu a fost clar formulată, dar este totuşi subînţeleasă.

De exemplu, în culturile nord-americane, există reguli implicite privind mersul cu ascensorul, ca, de exemplu, „Nu intraţi dacă este deja plin" şi „Nu-i priviţi în ochi pe ceilalţi în timp ce mergeţi cu ascensorul". De asemenea, există reguli implicite privind statul la coadă cînd aşteptaţi ceva, incluzînd „Menţineţi o linie ordonată" şi „Nu vă băgaţi în faţa altcuiva". Majoritatea oamenilor par să cunoască şi să accepte regulile respective, deşi de obicei ele nu sînt afişate nicăieri – pur şi simplu fac parte din cunoştinţele culturale ale tuturor. Totuşi, deoarece sînt implicite, este posibil ca ele să varieze de la o persoană la alta, spre deosebire de regulile explicite. De exemplu, unele persoane consideră că o regulă implicită ar fi să nu vorbeşti la

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor ca, lucrînd în perechi, să încalce în mod intenţionat unele dintre regulile sociale implicite şi să observe şi să documenteze reacţiile celor din jur.

telefon cînd te afli într-o zonă aglomerată, în timp ce alţi oameni nu consideră că acest comportament este inadecvat.

Acum, dacă ştim mai multe despre caracteristicile fundamentale ale comunicării, să analizăm unele concepţii comune despre comunicare care nu sînt la fel de valide pe cît ar părea.

Eliminarea unor mituri privind comunicarea

Probabil, deoarece comunicarea reprezintă o componentă atît de importantă a existenţei, oamenii au multe idei diferite în ceea ce o priveşte. Unele dintre aceste noţiuni nu sînt foarte precise. În această secţiune, vom analiza cinci mituri des întîlnite legate de comunicare – pe parcurs, exersîndu-ne capacitatea de a discerne adevărul de ficţiune.

MITUL NR. 1 : TOŢI OAMENII SÎNT EXPERŢI ÎN COMUNICARE. Oamenii comunică în mod constant, aşa că este uşor de crezut că aproape oricine este expert în comunicare. Într-adevăr, într-un sondaj de amploare naţională, cu referire la adulţii din SUA, efectuat de National Communication Association, nu mai puţin de 91 % dintre participanţi şi-au apreciat aptitudinile de comunicare ca fiind peste medie[30]. Totuşi, este important să ne amintim că a avea *experienţa* unui lucru nu înseamnă a fi *expert*. Mulţi oameni şofează, dar aceasta nu înseamnă că sînt şoferi experţi. Mulţi oameni au copii, dar aceasta nu-i face experţi în parenting. Experienţa poate fi foarte valoroasă, dar a fi expert necesită dezvoltarea unor cunoştinţe şi abilităţi care transcend experienţa personală. Prin urmare, experţii în şofat, parenting sau comunicare au studii în domeniile respective şi au un nivel de înţelegere pe care majoritatea persoanelor care şofează, sînt părinţi sau comunică nu îl deţin.

Cercetarea în prim-plan: Un studiu din 1997 a relevat că 91% dintre intervievatorii responsabili cu angajările din cadrul firmelor au afirmat că, în general, candidaţii au aptitudini inadecvate de comunicare. Acest studiu evidenţiază valoarea pragmatică a studierii comunicării.

MITUL NR. 2 : COMUNICAREA VA REZOLVA ORICE PROBLEMĂ. Filmul clasic cu Paul Newman *Cool Hand Luke* (*Luke, mînă rece*, 1967) are în centru un gardian dintr-o închisoare, care se comportă cu deţinuţii într-un stil special. Ori de cîte ori lucrurile merg prost, el spune : „Avem o problemă de comunicare", după care îl bate pe cîte un deţinut pînă îl lasă inconştient şi îl trimite la carceră. Uneori avem impresia că putem rezolva aproape orice problemă, mai ales în relaţiile noastre, dacă am putea comunica mai bine. Este uşor să dai vina pe lipsa de comunicare cînd lucrurile merg prost. Totuşi, realitatea este că o comunicare deficitară nu constituie cauza tuturor problemelor[31].

Subiect de discuţie: Întrebaţi-i pe studenţi de ce consideră că este atît de răspîndită ideea conform căreia comunicarea poate rezolva orice problemă.

În emisiunea sa de televiziune *Dr. Phil*, psihologul Phil McGraw oferă adesea sfaturi cuplurilor care întîmpină dificultăţi în relaţiile lor. Să presupunem că Matt şi Belinda apar la *Dr. Phil* plîngîndu-se că s-au îndepărtat unul de celălalt de o vreme. Belinda crede că ar trebui să comunice mai bine, pentru a-şi salva relaţia. Totuşi, Matt afirmă foarte clar că sentimentele lui s-au schimbat şi că nu o mai iubeşte pe Belinda. Oare comunicarea va rezolva problemele maritale ale acestui cuplu ? Nu – dar probabil o va determina pe Belinda să-şi dea seama că relaţia lor a luat deja sfîrşit. Trebuie să fim atenţi şi să nu presupunem că o comunicare mai eficientă poate rezolva orice probleme cu care ne putem confrunta în relaţiile noastre.

MITUL NR. 3 : COMUNICAREA SE POATE ÎNTRERUPE. La fel cum uneori dăm vina pe o lipsă de comunicare, mulţi dintre noi indică şi o „întrerupere a comunicării" drept temei al problemelor. Cînd un cuplu divorţează, cei doi pot spune că o întrerupere a comunicării a condus la dificultăţile din relaţia lor.

Metafora unei întreruperi a comunicării are sens din perspectivă intuitivă. La urma urmei, pe parcursul unei călătorii, nu mai progresăm dacă se strică maşina, aşa că ne este uşor să credem că progresul în alte lucruri pe care le întreprindem este zădărnicit deoarece comunicarea s-a întrerupt. De fapt, comunicarea nu este un obiect mecanic, asemenea unei maşini, un calculator sau un iPad. În schimb, este un proces care se derulează între oameni, în timp.

Poate fi uşor să dăm vina pe o întrerupere a comunicării pentru problemele cu care ne confruntăm în relaţiile personale. De fapt, în aceste relaţii, problema reală este faptul că nu mai comunicăm *eficient*. Cu alte cuvinte, problema nu constă în comunicarea propriu-zisă, ci în modul în care o folosim. Acesta este unul dintre motivele pentru care a învăţa despre comunicare poate fi atît de benefic.

MITUL NR. 4 : COMUNICAREA ESTE BUNĂ ÎN SINE. Urmăriţi sau ascultaţi orice talkshow şi veţi auzi oamenii spunînd că nu mai comunică cu partenerii lor, cu părinţii sau cu alte persoane importante pentru ei. „Desigur, vorbim tot timpul", ar putea spune cineva, „dar nu mai comunicăm cu adevărat". Această afirmaţie reflectă ideea că *a vorbi* înseamnă doar a produce cuvinte, dar *a comunica* înseamnă a împărtăşi semnificaţii cu altă persoană, într-o manieră deschisă, sprijinindu-ne reciproc şi într-un mod pozitiv în sine[32].

A considera comunicarea ca fiind bună în sine este echivalent cu a crede că banii sînt buni în sine. Uneori, banilor li se poate da o întrebuinţare pozitivă, ca, de exemplu, oferirea unei locuinţe familiei dumneavoastră sau donarea către o organizaţie caritabilă care merită acest lucru. Alteori, ei pot fi folosiţi în mod negativ, de exemplu, pentru a finanţa o grupare teroristă sau cheltuind în mod extravagant pe pariuri online un salariu cîştigat cu greu. În oricare dintre aceste cazuri, nu banii sînt buni sau răi, ci modul în care sînt utilizaţi.

Comunicarea: zona întunecată

TELEFOANE MOBILE ŞI FAMILII STRESATE

Comunicarea interpersonală are multe aspecte pozitive, dar nu este mereu roz. Uneori trebuie să ne confruntăm cu sentimente şi evenimente negative. Prin urmare, comunicarea are atît o „zonă luminoasă", cît şi o „zonă întunecată". În casetele „Comunicarea: zona luminoasă" şi „Comunicarea: zona întunecată" din această carte, vom analiza aspecte ale comunicării interpersonale pe care oamenii le consideră de obicei ca fiind pozitive sau negative. În acest caz, vom discuta despre stres, un aspect asociat cu „zona întunecată".

Telefoanele mobile sînt atît de comune în prezent încît unii oameni nu-şi pot imagina viaţa fără ele. Asemenea altor tehnologii comunicaţionale, telefoanele mobile facilitează comunicarea dintre oameni. Puteţi ţine legătura cu alte persoane prin telefon – iar ele vă pot contacta – de aproape oriunde.

Un neajuns asociat cu faptul că este atît de uşor să contactezi pe cineva este dificultatea de a separa viaţa de la serviciu de viaţa de familie. Un tată poate da îndrumări unei babysitter în timp ce conduce o şedinţă la birou. O mamă poate fi nevoită să răspundă la apelul unui client nervos în timp ce urmăreşte un meci de fotbal în care joacă fiica ei. Astfel de exemple au determinat-o pe sociologul Noelle Chesley să se întrebe dacă utilizarea telefoanelor mobile are vreo influenţă asupra nivelului de satisfacţie al oamenilor vizavi de existenţa lor şi asupra satisfacţiei pe care le-o oferă familiile lor.

Folosind informaţii obţinute de la peste 1.300 de adulţi angajaţi, Chesley a stabilit că, cu cît oamenii îşi folosesc mai mult telefonul mobil, cu atît sînt mai puţin fericiţi, mai puţin satisfăcuţi de familiile lor şi cu atît mai mult tind să afirme că viaţa de la serviciu tinde „să se reverse" în viaţa de familie. Unele dintre aceste tipare sînt adevărate îndeosebi în cazul femeilor, în timp ce altele sînt relevante în egală măsură pentru ambele sexe. Chesley consideră că dispozitivele electronice precum telefoanele mobile pot desfiinţa delimitările dintre viaţa personală şi profesională a oamenilor, astfel încît le este mai dificil să se concentreze asupra familiilor cînd nu sînt la serviciu.

În unele dintre casetele cu text din această carte voi include recomandări personale pentru a vă îmbunătăţi comunicarea interpersonală. Aceste elemente suplimentare vor fi numite „Sfatul meu". Iată-l pe primul:

Sfatul meu

Cînd sînteți împreună cu persoane la care țineți, lăsați deoparte telefonul mobil. Dacă sună, cel care caută va lăsa un mesaj. Dacă nu așteptați un anumit apel urgent, nu permiteți ca telefonul mobil să decidă cum vă distribuiți energia și atenția. În schimb, oferiți-vă energia și atenția persoanei cu care sînteți și arătați-i că este mai importantă decît telefonul mobil.

Sursa: Chesley, N. (2005). Blurring boundaries? Linking technology use, spillover, individual distress, and family satisfaction. *Journal of Marriage and Family*, 67, pp. 1237-1248.

Putem face aceeași observație cu privire la comunicare. Comunicarea poate fi utilizată în scopuri pozitive, ca, de exemplu, exprimarea iubirii față de părinți și consolarea unui prieten care suferă. De asemenea, o putem folosi în scopuri negative, de exemplu, pentru a intimida și pentru a induce în eroare alți oameni. De fapt, un comportament comunicațional des întîlnit – vorbitul la telefonul mobil – poate fi asociat cu stresul în familie, după cum se explică în caseta „Comunicarea: zona întunecată".

Subiect de discuție: *Zona întunecată* este termenul utilizat în cercetările din domeniul comunicării interpersonale pentru a descrie aspecte ale interacțiunii interpersonale care sînt considerate negative. Principalii cercetători care se ocupă de acest aspect sînt Bill Cupach și Brian Spitzberg.

Despre materiale media: Comentarii suplimentare despre neajunsurile asociate cu utilizarea în exces a telefonului mobil sînt disponibile pe site-ul www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/digitalnation/view

MITUL NR. 5: ÎNTOTDEAUNA ESTE BINE SĂ COMUNICI MAI MULT. Lorenzo crede că, în cazurile în care ceilalți nu sînt de acord cu el, problema este doar că ceilalți nu îl înțeleg. În situațiile respective, el vorbește încontinuu, închipuindu-și că ceilalți vor vedea în cele din urmă lucrurile așa cum le vede el dacă pur și simplu le oferă mai multe informații. Poate cunoașteți pe cineva ca Lorenzo. Oare într-adevăr mai multă comunicare generează întotdeauna rezultate mai bune?

Cînd între oameni există dezacorduri reale, nu îi ajută întotdeauna să stea de vorbă mai mult. O comunicare mai intensă poate aduce doar frustrare și mînie. Un studiu din 2007 privind consultările dintre medici și pacienți a relevat că, cu cît medicii vorbeau mai mult, cu atît existau mai multe șanse să devieze și să uite de problemele pacienților, tipar care poate sta la baza unei îngrijiri defectuoase a pacientului[33].

Uneori se pare că, cu cît se spun mai puține, cu atît mai bine. Adesea, contează *eficiența* comunicărilor noastre – mai degrabă decît *cantitatea* de comunicare. Acest fapt explică de ce este atît de avantajos să învățați să comunicați bine.

ÎNVĂȚAȚI Care sînt principalele diferențe dintre modelul comunicării ca acțiune, interacțiune și tranzacție? Ce semnificație are afirmația conform căreia comunicarea are implicații literale și relaționale? Care este diferența între a avea experiență și a fi specialist într-un domeniu?

APLICAȚI Discutați cu un prieten sau cu un coleg despre un subiect foarte important pentru dumneavoastră. Experimentați vorbind mai puțin, fără să vă pese foarte mult dacă vă transmiteți punctul de vedere, așa cum ați proceda de obicei. Ce se întîmplă cînd vorbiți mai puțin decît de obicei? Cum se modifică trăsăturile tranzacționale ale conversației? Prezentați-vă descoperirile într-un raport de o pagină.

REFLECTAȚI Care sînt unele dintre regulile implicite ale comunicării pe care vi le amintiți? De ce credeți că presupunem foarte frecvent că orice problemă poate fi rezolvată prin comunicare?

3. Cum comunicăm la nivel interpersonal

Comunicarea are loc în multe contexte. Uneori implică o persoană care se adresează unui public larg, ca, de exemplu, preşedintele care ţine un discurs la televizor sau un jurnalist care scrie un articol pentru o revistă. Alteori implică un grup mic de oameni care comunică între ei, de exemplu, într-un seminar la facultate, o echipă de chirurgi într-o sală de operaţie sau jucătorii de fotbal american implicaţi într-o grămadă. Comunicarea are loc în familii, în organizaţii de afaceri, în instituţii politice, în şcoli şi prin intermediul mass-mediei. În plus, după cum vă daţi seama probabil, diferă adesea de la un context la altul. De exemplu, puţini dintre noi am vorbi cu bunicul nostru la fel cum ne-am adresa unui reporter de televiziune sau unui grup de clienţi.

Comunicăm în multe moduri ; prin urmare, cum ştim care sînt cazurile în care comunicăm interpersonal ? În această secţiune, vom analiza ce anume determină comunicarea să fie interpersonală şi vom discuta despre modul în care comunicarea interpersonală – în raport cu alte forme de comunicare – este unică în ceea ce priveşte efectele ei asupra oamenilor şi asupra relaţiilor dintre ei.

Caracteristicile comunicării interpersonale

În filmul Mănîncă, roagă-te, iubeşte, *Elizabeth Gilbert (interpretată de Julia Roberts) descoperă unicitatea comunicării interpersonale.*

Subiect de discuţie: Specialiştii în comunicare definesc comunicarea interpersonală în diverse moduri, uneori foarte diferite. De exemplu, nu toţi sînt de acord că aceasta survine doar între două persoane.

Subiect de discuţie: Cereţi-le studenţilor să ridice mîna dacă vorbesc cu ei înşişi. Dacă unii nu ridică mîna, atrageţi-le atenţia asupra monologului interior pe care l-au ţinut cînd au luat decizia: „Oare vorbesc cu mine însumi? Nu, nu vorbesc cu mine însumi!".

➲ **comunicare interpersonală** Comunicare ce survine între două persoane, în contextul relaţiei lor şi care, pe măsură ce evoluează, le ajută să-şi negocieze şi să-şi definească relaţia.

În filmul *Eat, Pray, Love* (*Mănîncă, roagă-te, iubeşte*, 2010), Elizabeth Gilbert (interpretată de Julia Roberts) îşi dă seama că nu este mulţumită de viaţa ei şi porneşte într-o călătorie de un an prin trei culturi, pentru a descoperi semnificaţii. De-a lungul călătoriei, se împrieteneşte cu un texan pe nume Richard (interpretat de Richard Jenkins) la un ashram – o comunitate religioasă – din India. Prietenia lor le dă ocazia să discute despre vieţile lor, să îşi comunice dificultăţile şi să se sprijine emoţional unul pe celălalt. Conversaţiile lor au ceva aparte, astfel încît Elizabeth le consideră mai alinătoare şi mai interesante decît multe dintre interacţiunile cu care se obişnuise în viaţa ei de acasă. Fără să-şi dea neapărat seama de acest lucru, Elizabeth observă unicitatea comunicării interpersonale.

Comunicarea interpersonală este comunicarea care survine între doi oameni în contextul relaţiei lor şi care, pe măsură ce evoluează, îi ajută să-şi negocieze şi să-şi definească relaţia. Conţinutul unei conversaţii interpersonale este uneori foarte intim, ca, de exemplu, atunci cînd doi parteneri discută despre detaliile unei probleme de sănătate delicate cu care se confruntă unul dintre ei. De asemenea, conversaţiile interpersonale se pot concentra şi asupra unui conţinut mai banal, impersonal, ca, de exemplu, atunci cînd aceiaşi parteneri vorbesc despre ce anume trebuie să cumpere de la magazin. Conţinutul altor conversaţii interpersonale se situează undeva de-a lungul continuumului, între subiectele intime şi cele banale. Totuşi, fiecare dintre respectivele conversaţii este interpersonală, în sensul că îi ajută pe doi oameni să negocieze şi să-şi definească relaţiile.

Comunicarea interpersonală diferă de multe alte forme de comunicare. Pentru a înţelege cum anume diferă, vom analiza unele dintre cele mai importante caracteristici ale sale.

COMUNICAREA INTERPERSONALĂ SURVINE ÎNTRE DOI OAMENI. Cuvîntul „interpersonal" înseamnă „între oameni", iar comunicarea interpersonală implică interacțiunea dintre doi oameni, simultan. Dacă este implicată o singură persoană – ca atunci cînd vorbim cu noi înșine – este vorba despre **comunicare intrapersonală**. Comunicarea intrapersonală este importantă, deoarece influențează adesea modul în care relaționăm cu ceilalți; de exemplu, cît de frecvent repetați o conversație în minte, înainte să stați de vorbă cu cineva?

➲ **comunicare intrapersonală** Comunicare cu sine.

Există și alte tipuri de comunicare. Comunicarea transmisă unui număr mare de oameni se numește **comunicare de masă**. Comunicarea ce survine în grupuri mici de trei sau mai multe persoane, de exemplu, în cadrul unei familii, într-un comitet sau într-un grup de suport, se numește **comunicare într-un grup mic**.

➲ **comunicare de masă** Comunicare dinspre o sursă către un public larg.

➲ **comunicare într-un grup mic** Comunicare ce survine în cadrul unor grupuri mici de trei sau mai mulți oameni.

Totuși, cea mai mare parte a studiilor despre comunicarea interpersonală se axează pe interacțiunea din cadrul unei **diade**, adică dintre doi oameni. Două persoane pot comunica față în față, la telefon, prin mesaje de tip SMS, pe Skype sau în multe alte moduri.

➲ **diadă** Doi oameni.

COMUNICAREA INTERPERSONALĂ ARE LOC ÎN CADRUL UNEI RELAȚII. Persoanele care comunică interpersonal sînt implicate într-un fel de relație. Pentru unii oameni, cuvîntul *relație* implică o legătură intimă, ca, de exemplu, reuniunea dintre soți sau dintre parteneri. Totuși, adevărul este că avem relații cu mulți oameni diferiți. Unele relații, precum cele cu rudele sau cu prietenii apropiați, tind să fie relații apropiate, semnificative, care durează mulți ani. Altele, de exemplu, cele cu colegii de școală, cunoștințele și colegii de la locul de muncă, pot să nu fie la fel de apropiate și pot dura doar atît timp cît oamenii respectivi trăiesc sau muncesc împreună.

În general, comunicăm cu fiecare persoană pe baza așteptărilor pe care le avem de la relația respectivă. De exemplu, îi putem dezvălui unui prieten informații private – vești despre problemele conjugale sau probleme grave de sănătate ale unui membru al familiei –, dar nu și unui coleg de serviciu, deoarece ne așteptăm ca o prietenie să fie o relație mai apropiată.

În mare parte, comunicarea noastră cotidiană este *impersonală*, adică se axează mai degrabă pe o sarcină decît pe o relație. Comandarea unei cafele, un apel la un serviciu de sprijin tehnic și trimiterea către un funcționar public a unui e-mail conținînd o plîngere sînt toate exemple de comunicare care vă ajută să îndepliniți o sarcină, dar nu vă ajută neapărat să vă consolidați sau să mențineți o relație cu alte persoane.

COMUNICAREA INTERPERSONALĂ EVOLUEAZĂ ÎN CADRUL RELAȚIILOR. Prietenii aflați la distanță mare unul de celălalt afirmă uneori că, atunci cînd se întîlnesc, își reiau conversațiile exact din punctul în care le-au întrerupt, ca și cum nu a trecut atîta timp. Comunicarea interpersonală în cadrul acestor prietenii – și în toate relațiile – se desfășoară în timp, pe măsură ce oamenii ajung să se cunoască mai bine și trăiesc experiențe noi. De fapt, persoanele implicate în relații de durată își amintesc adesea cum s-a schimbat modul lor de a comunica, pe parcursul relației[34].

În primele etape ale unei relații de cuplu, de exemplu, persoanele implicate pot petrece ore întregi discutînd și dezvăluind informații despre viața lor, cum ar fi unde au copilărit și care sînt obiectivele lor în privința carierei. Pe măsură ce se cunosc mai bine, comunicarea lor poate dobîndi un caracter mai instrumental, axîndu-se pe subiecte precum unde își vor petrece concediul și cine va face o rezervare pentru cină, în loc de confesiuni profunde. Pot chiar să înceapă să aibă conflicte. În orice caz, comunicarea interpersonală survine în timp. Nu este un fenomen unic, ci evoluează încontinuu, în cadrul relațiilor.

Comunicarea interpersonală negociază şi defineşte relaţiile. Fiecare relaţie are o identitate proprie. De exemplu, cînd vă gîndiţi la toţi prietenii dumneavoastră, probabil îi puteţi grupa pe tipuri de prieteni, ca de exemplu, prieteni foarte apropiaţi, amici, prieteni de la serviciu şi prieteni de la şcoală. În cadrul fiecărui grup, fiecare prietenie este probabil puţin diferită faţă de celelalte. Cum îşi dobîndeşte fiecare relaţie personalitatea proprie? Răspunsul este că negociaţi relaţia în timp, folosind comunicarea interpersonală. Modul în care discutaţi cu oamenii pe care îi cunoaşteţi, subiectele despre care discutaţi (sau cele despre care nu discutaţi) şi tipul de comportamente nonverbale la care faceţi apel, toate acestea contribuie la definirea tipului de relaţie pe care îl aveţi cu fiecare persoană. De asemenea, puteţi folosi comunicarea interpersonală pentru a modifica specificul unei relaţii, ca în cazul în care prietenii îşi dezvăluie sentimentele de iubire care depăşesc simpla prietenie.

În viaţa de zi cu zi: Cînd un prieten ne spune ceva prea intim pentru prietenia respectivă, reevaluăm identitatea relaţiei. Fie relaţia se modifică, pentru a face loc unei intimităţi sporite, fie receptorul va reacţiona negativ faţă de încălcarea respectivă.

Subiect de discuţie: Unii studenţi pot presupune că această comunicare interpersonală trebuie să fie pozitivă. De fapt, chiar şi tipurile de comunicare foarte negative pot fi interpersonale, deoarece ele contribuie adesea la negocierea şi definirea specificului unei relaţii.

Prin urmare, ce anume îi conferă unei relaţii caracterul interpersonal? Comunicarea interpersonală evoluează în timp, între oameni aflaţi într-un tip de relaţie diadică şi contribuie la definirea caracterului relaţiei respective. Observaţi că nu am spus nimic despre cît de intimă este comunicarea. În opinia unora, comunicarea interpersonală înseamnă doar a împărtăşi secrete şi alte informaţii private, dar nu este aşa. Comunicarea interpersonală include *toate* comportamentele comunicaţionale, atît verbale, cît şi nonverbale, care se derulează în timp, creînd şi menţinînd relaţii, fie că respectivele relaţii sînt întîmplătoare sau intime.

Să analizăm cîteva dintre motivele pentru care comunicarea interpersonală poate fi atît de importantă.

De ce este importantă comunicarea interpersonală

Probabil că puteţi găsi multe motive pentru care comunicarea interpersonală este importantă pentru dumneavoastră. De exemplu, o exersaţi aproape zilnic, o folosiţi pentru a vă menţine relaţiile actuale şi pentru a crea relaţii noi şi vi se pare incitantă şi plăcută. Diversele motive pentru care comunicarea interpersonală este importantă pentru oameni se încadrează în trei categorii generale: este omniprezentă, prezintă avantaje relaţionale şi avantaje sub aspectul sănătăţii.

Comunicarea interpersonală este omniprezentă. Cu toţii avem relaţii, aşa că ne implicăm cu toţii în comunicarea interpersonală. Pentru majoritatea dintre noi, comunicarea interpersonală face parte din viaţa cotidiană, în aceeaşi măsură ca dormitul, mîncatul sau îmbrăcatul. Uneori, ne implicăm în comunicarea interpersonală faţă în faţă cu oamenii cu care locuim sau alături de care lucrăm. Alteori, comunicarea interpersonală are loc la telefon, ca de exemplu atunci cînd vorbim cu rude sau cu prieteni pe care nu îi vedem în mod regulat. Alteori, comunicăm interpersonal prin canale mediate electronic, cînd trimitem mesaje text sau tweeturi persoanelor din cercurile noastre sociale. Indiferent cum procedăm, aproape toţi ne implicăm într-un anumit tip de comunicare interpersonală aproape zilnic.

Comunicarea interpersonală ne poate îmbunătăţi relaţiile. Am observat că nu toate problemele din relaţii pot fi puse pe seama comunicării. Totuşi, multe probleme relaţionale au la origine comunicarea deficitară. De fapt, într-un sondaj naţional efectuat de National Communication Association, respondenţii au indicat că „lipsa comunicării eficiente" este motivul numărul unu pentru care relaţiile, inclusiv căsătoriile, iau sfîrşit[35]. Prin urmare,

îmbunătăţirea aptitudinilor de comunicare interpersonală ne va ajuta să ne îmbunătăţim relaţiile. În mod semnificativ, această observaţie este adevărată pe un palier mult mai amplu decît cel al relaţiilor de cuplu. Într-adevăr, studiile au relevat că o comunicare interpersonală eficientă poate îmbunătăţi o mare varietate de relaţii, inclusiv cele dintre prieteni, dintre medici şi pacienţi, părinţi şi copii şi oameni de afaceri şi clienţi[36].

COMUNICAREA INTERPERSONALĂ NE POATE ÎMBUNĂTĂŢI SĂNĂTATEA. După cum am văzut mai devreme în acest capitol, comunicăm parţial pentru a ne satisface nevoile fizice de contact social. Relaţiile personale strînse sînt foarte importante pentru sănătatea noastră. De exemplu, cîteva studii au relevat că persoanele căsătorite au vieţi mai lungi, mai sănătoase şi mai satisfăcătoare decît persoanele singure, divorţate sau văduve[37]. Conform unui studiu efectuat de Diane Jones, specialistă în psihologia dezvoltării, chiar şi faptul de a avea prieteni apropiaţi şi alte relaţii de sprijin ne ajută să gestionăm stresul şi să rămînem sănătoşi[38].

Subiect de discuţie: Cîţiva cercetători au descoperit că persoanele căsătorite au o stare de sănătate mai bună decît persoanele necăsătorite, dar nu sînt întotdeauna de acord cu privire la motive. Unii consideră că persoanele căsătorite sînt mai sănătoase pentru că dispun de mai multe resurse. Alţii afirmă că persoanele căsătorite sînt mai puţin înclinate să se implice în comportamente riscante.

Comunicarea interpersonală nu trebuie să aibă loc faţă în faţă pentru a fi benefică. După cum se explică în caseta „Realitate sau ficţiune ? ", un studiu efectuat în 2010 pe un eşantion de peste 35.000 de persoane din întreaga lume a relevat că abilitatea de a interacţiona online cu alte persoane este asociată în mod semnificativ cu sănătatea mintală, fericirea şi bunăstarea. Este important faptul că accesul la interacţiune interpersonală prin comunicarea mediată de calculator este benefică pentru oameni, indiferent de vîrstă, şi este extrem de pozitiv pentru femei, pentru persoane cu un nivel educaţional scăzut şi pentru persoanele cu o situaţie financiară precară.

ÎNVĂŢAŢI Care sînt trăsăturile comunicării care stabilesc dacă aceasta este interpersonală? Cum şi de ce este comunicarea interpersonală importantă pentru sănătate?

APLICAŢI Cu ajutorul Internetului, căutaţi un prieten cu care aţi pierdut legătura şi restabiliţi contactul cu persoana respectivă. Chiar dacă nu comunicaţi adesea cu prietenii cu care aveţi relaţii pe termen lung, merită să păstraţi legătura cu ei, datorită trecutului comun şi a momentelor frumoase pe care le-aţi petrecut împreună.

REFLECTAŢI În ce mod vă îmbunătăţesc viaţa relaţiile apropiate? Care sînt unele dintre provocările implicate în menţinerea acestor relaţii?

Realitate sau ficţiune?

INTERNETUL NE FACE MAI FERICIŢI

Probabil că veţi întîlni o serie de descoperiri intuitive pe parcursul studiului comunicării interpersonale, iar propria dumneavoastră intuiţie va fi probabil întemeiată în cea mai mare parte a timpului. Eşecul ocazional al intuiţiei este un motiv pentru care studiul sistematic al comunicării este atît de eficient. În caseta „Realitate sau ficţiune?" din fiecare capitol vom analiza o serie de idei comune despre comunicare, pentru a stabili dacă sînt la fel de adevărate precum le considerăm.

De exemplu, Internetul constituie un mijloc foarte important de comunicare, încît aţi putea crede că starea dumneavoastră de bine ar suferi dacă nu aţi avea acces la el. Această idee este realitate sau ficţiune? Studiile arată că este reală.

O echipă de cercetători britanici au investigat recent informaţii provenite dintr-un sondaj la care au participat peste 35.000 de adulţi din întreaga lume. Cercetătorii le-au adresat participanţilor întrebări cu privire la capacitatea lor de a accesa Internetul pentru a comunica cu alţi oameni. De asemenea, au evaluat satisfacţia existenţială a participanţilor, care a inclus fericirea lor şi bunăstarea mintală. Analizele efectuate de echipă au relevat existenţa unei relaţii directe între satisfacţia existenţială şi capacitatea de a comunica online. Vîrsta participanţilor nu a contat – adulţii mai în vîrstă beneficiază de pe urma

Internetului la fel de mult ca adulții mai tineri. Se remarcă totuși faptul că avantajele folosirii Internetului sînt mai mari în cazul persoanelor cu venituri mai mici și cu un nivel educațional mai scăzut. De asemenea, avantajele erau mai mari pentru femei decît pentru bărbați, îndeosebi în țăriie în curs de dezvoltare. Aceste descoperiri i-au determinat pe cercetători să speculeze cu privire la faptul că accesul la comunicarea online le conferă oamenilor capacitatea de a întemeia relații, de a împărtăși idei și de a obține informații la care circumstanțele existenței lor le-ar putea îngrădi accesul.

Întrebați-vă

- De ce credeți că femeile ar putea beneficia mai mult de accesul la comunicarea online?
- Pe lîngă satisfacția existențială, ce alte beneficii sporite de ordin fizic și/sau mintal ar putea induce comunicarea mediată de calculator?

Sursa: Trajectory Partnership (mai 2010). *The information dividend: Can IT make you „happier"?*. Lond Author.

4. Consolidarea competențelor de comunicare

Nimeni nu se naşte specialist în comunicare. Mai degrabă, ca în cazul şofatului, cîntatului un instrument muzical sau scrierii unui program informatic, comunicarea competentă neces aptitudini pe care trebuie să le învăţăm şi să le exersăm. Aceasta nu înseamnă că natura nu oferă unora un avantaj. Cercetările relevă faptul că un trăsături comunicaţionale – de exemplu, cît de sociab agresivi sau timizi sîntem – sînt determinate parţial genele noastre[39]. Indiferent cu ce trăsături ne-am născ totuşi, tot mai trebuie să învăţăm cum să comunicăm mod competent.

Subiect de discuție: Comentariul lui Powell, conform căruia comunicarea dă rezultate pentru cei care se străduiesc să și-o perfecționeze, este deosebit de relevant aici: studenții ar trebui să înțeleagă abilitatea de a comunica drept ceva ce pot învăța, exersa și îmbunătăți.

Ce presupune comunicarea competentă

Gîndiţi-vă la cinci persoane despre care consideraţi că ar comunica foarte bine. Cine se a pe lista dumneavoastră? Vreun prieten sau vreo rudă? Profesori? Colegi de servici Politicieni sau celebrităţi? Dumneavoastră înşivă? Probabil recunoaşteţi că identificarea un persoane care comunică bine presupune ca mai întîi să vă întrebaţi ce anume înseamnă comunici bine. Majoritatea specialiştilor par să fie de acord: **competenţa de comunica** înseamnă a comunica în moduri eficiente şi adecvate într anumită situaţie[40].

➲ **competență de comunicare** Comunicarea în moduri eficiente și adecvate într-o anumită situație.

Comunicarea eficientă. Eficienţa descrie cît de bi vă atingeţi obiectivele comunicării[41]. Să presupunem vreţi să vă convingeţi vecinul să doneze bani pentru adăpost pentru animale. Există multe modalităţi de a atin acest scop. Puteţi explica cît de mult are nevoie de ba adăpostul respectiv şi puteţi preciza cîte servicii le ofe acesta animalelor care au nevoie de acest lucru. Vă puteţi oferi să vă ajutaţi vecinul cu trebur prin curte, în schimbul donaţiei sale. Puteţi chiar să enumeraţi de cîte ori aţi donat pen cauze care erau importante pentru vecinul dumneavoastră.

Etica în prim-plan: Cu cît studenții învață mai multe despre strategiile de persuasiune, cu atît vor fi mai capabili să-i convingă și să-i manipuleze pe alții. Care sînt implicațiile etice asociate cu învățarea acestor aptitudini?

Alegerea strategiei poate depinde în parte de ce alte scopuri încercaţi să realizaţi concom tent. Dacă pentru dumneavoastră este important şi să menţineţi o relaţie bună cu vecin atunci adresarea unei rugăminţi politicoase ar putea fi cea mai eficientă modalitate de a acţio

Totuşi, dacă nu doriţi decît banii, iar sentimentele vecinului dumneavoastră nu vi se par importante, atunci, dacă îl veţi face să se simtă obligat să doneze, vă veţi putea atinge scopul, deşi s-ar putea să nu fie o modalitate etică.

Ideea este că nu există o strategie unică de comunicare eficientă în toate situaţiile. Deoarece adesea vizaţi mai multe scopuri concomitent, a comunica bine înseamnă a folosi comportamente care satisfac toate obiectivele pe care le aveţi în acel context specific.

COMUNICAREA ADECVATĂ. Comunicarea ar trebui să fie nu numai eficientă, ci şi adecvată. Aceasta înseamnă să respecte regulile şi expectanţele care se aplică într-o situaţie socială. Amintiţi-vă că există reguli care reglementează comunicarea. Cineva care comunică în mod competent ţine cont de aceste reguli, cînd decide cum să acţioneze. De exemplu, cînd ne întîlnim cu o cunoştinţă, iar aceasta întreabă: „Ce mai faci?", este adecvat să spunem „Bine, mulţumesc". Probabil că respectiva cunoştinţă nu se aşteaptă la o descriere lungă, detaliată, a ceea ce am făcut în ziua respectivă, iar dacă ne lansăm într-o astfel de descriere, probabil că răspunsul i se va părea inadecvat.

La fel, la majoritatea orelor de curs este adecvat să ridicaţi mîna şi să aşteptaţi să fiţi desemnat, înainte de a vorbi, astfel încît ar fi inadecvat, în circumstanţa respectivă, să rostiţi răspunsul în mod impulsiv. În cazul unui curs online se aplică reguli de comportament adecvat diferite, conform detaliilor din caseta „Conectaţi-vă".

Comunicarea adecvată poate prezenta dificultăţi deosebite cînd interacţionaţi cu persoane din alte culturi. Deoarece multe reguli de comunicare au specific cultural, ceea ce ar putea fi perfect adecvat într-o anumită cultură ar putea fi considerat inadecvat sau chiar jignitor în altă cultură[42]. De exemplu, dacă vizitaţi o locuinţă canadiană şi gazda vă oferă mîncare, este adecvat să acceptaţi, dacă vă este foame. Totuşi, în multe locuinţe japoneze, este inadecvat să acceptaţi mîncare, chiar dacă vă este foame, decît dacă aţi refuzat de două ori, iar gazda v-a invitat pentru a treia oară.

Subiect de discuţie: Politeţea constituie un exemplu excelent de variaţie culturală sub aspectul regulilor comunicării. Toate culturile pun preţ pe politeţe, dar ceea ce este considerat politicos sau nepoliticos variază considerabil. În culturile nord-americane, este considerat politicos să se exprime recunoştinţa pentru un compliment; totuşi, în societatea tradiţională japoneză este politicos să se minimalizeze complimentele primite.

Conect@ţi-vă

ETICHETA PE INTERNET – COMUNICARE ADECVATĂ

La un moment dat, în perioada studiilor superioare, aţi urmat poate unul sau mai multe cursuri online. Respectarea regulilor adecvate ale comunicării online – numite „eticheta pe Internet" („netiquette") – este importantă pentru a menţine un mediu constructiv de învăţare. Într-un studiu privind orele de curs online, cercetătoarea Dianne Conrad a descoperit că studenţii respectă cel mai adesea următoarele reguli de etichetă pe Internet:

- *Fiţi amabili.* Comunicaţi politicos şi respectuos, alegîndu-vă atent cuvintele.
- *Conflictele se derulează în particular.* Dacă aveţi un conflict cu alt student, nu-l dezvoltaţi pe un forum public. Mai degrabă trimiteţi un e-mail persoanei respective şi rezolvaţi-vă divergenţele în particular.
- *Oferiţi sprijin.* Fiţi atenţi la „răspunsurile orfane", mesaje de la alţi studenţi care nu primesc nici un răspuns. Ajutaţi-i pe ceilalţi să se simtă sprijiniţi, oferindu-le opiniile dumneavoastră cu privire la postările lor.
- *Folosiţi tăcerea pentru a diminua tendinţele negative.* Cînd cineva comunică negativ, nu înrăutăţiţi situaţia răspunzînd la fel. Mai degrabă păstraţi tăcerea pînă ce tendinţele negative dispar.

Sursa: Conrad, D. (2002). Inhibition, integrity, and etiquette among online learners: The art of niceness. *Distant Education*, 23, pp. 197-212.

Chiar şi în cadrul unei anumite culturi, aşteptările privind comunicarea adecvată pot varia în funcţie de situaţia socială. De exemplu, comportamentul care este adecvat acasă ar putea să nu fie adecvat la serviciu şi viceversa. În plus, comportamentul adecvat pentru o persoană puternică nu este neapărat adecvat pentru persoanele mai puţin puternice. Din acest motiv, s-ar putea să nu fie deplasat ca şeful dumneavoastră să întîrzie la o întîlnire, deşi acelaşi comportament din partea dumneavoastră ar fi deplasat.

Aşadar competenţa în comunicare presupune atît eficienţă, cît şi adecvare. Observaţi că acestea sînt aspecte ale comunicării, şi nu ale oamenilor.

Astfel, întrebarea următoare pe care trebuie să o analizăm este dacă persoanele care comunică în mod competent au anumite caracteristici comune.

Caracteristicile celor care comunică în mod competent

Priviţi din nou atent lista cu cele cinci persoane care comunică în mod competent. Ce au ele în comun? Competenţa în sine depinde de situaţie, astfel încît ceea ce dă rezultate într-o situaţie nu dă rezultate în alta. Totuşi, bunii comunicatori tind să aibă anumite caracteristici care îi ajută să se comporte competent în majoritatea situaţiilor.

Monitorizarea sinelui. Persoanele care comunică bine îşi conştientizează comportamentul şi efectul acestuia asupra celorlalţi[43]. Cercetătorii numesc această conştientizare **automonitorizarea emoţiilor**. Persoanele care se monitorizează foarte atent acordă o mare atenţie felului în care arată, vorbesc şi se comportă în situaţii sociale. În schimb, persoanele care nu se monitorizează suficient dau adesea impresia că-şi ignoră propriile comportamente şi reacţiile celorlalţi la ele. De exemplu, poate cunoaşteţi pe cineva care nu pare să-şi dea seama niciodată că domină conversaţia sau pe cineva care nu pare conştient de faptul că vorbeşte mai tare decît oricine din jurul său.

➲ **automonitorizarea emoţiilor** Conştientizarea comportamentului propriu şi a modului în care îi afectează pe ceilalţi.

De obicei, automonitorizarea emoţiilor îi determină pe oameni să comunice într-un mod mai competent, deoarece le permite să observe cum anume comportamentul lor este sau nu adecvat într-un anumit cadru social. În plus, persoanele care se monitorizează foarte atent prezintă adesea niveluri sporite de inteligenţă socială şi emoţională, calităţi care le permit să înţeleagă bine comportamentele sociale şi emoţiile celorlalţi[44].

Adaptabilitatea. A conştientiza propriul comportament nu este totuna cu capacitatea de a-l adapta la diferite situaţii. Persoanele care comunică în mod competent sînt capabile să perceapă ce anume va fi adecvat şi eficient într-un anumit context, iar apoi îşi vor schimba comportamentul în mod adecvat[45]. Această abilitate este importantă, deoarece ceea ce dă rezultate într-o anumită situaţie s-ar putea dovedi ineficient în altă situaţie.

De exemplu, o condiţie pentru a susţine un discurs bun este conştientizarea publicului şi capacitatea de a vă adapta comportamentul în funcţie de ascultători. O persoană care comunică în mod competent se va adresa diferit unui grup de manageri decît unui grup de angajaţi noi, întrucît ceea ce dă rezultate cu un anumit public probabil că nu ar da rezultate cu alt public.

➲ **empatie** Capacitatea de a gîndi şi de a simţi la fel cu ceilalţi.

Empatia. Persoanele care comunică în mod competent practică **empatia**, capacitatea „de a se orienta către ceilalţi" şi de a înţelege gîndurile şi sentimentele altor persoane[46]. Cînd cineva spune „Pune-te în locul meu", vă cere să analizaţi o situaţie din perspectiva sa, mai degrabă decît din perspectiva dumneavoastră. Empatia este o aptitudine importantă, deoarece gîndurile şi sentimentele oamenilor cu privire la aceeaşi situaţie diferă de ale dumneavoastră.

De exemplu, să presupunem că vreţi să îi cereţi şefului prelungirea cu o săptămînă a unui termen de lucru. Vă puteţi spune: „Care-i problema? Este vorba despre o singură săptămînă". Totuşi, pentru şeful dumneavoastră, prelungirea ar putea însemna să nu fie capabil să-şi finalizeze lucrul la timp pentru a putea pleca în concediu. Dacă situaţia ar fi inversată, cum v-aţi simţi? O persoană empatică ar analiza situaţia din perspectiva şefului, iar apoi şi-ar alege comportamentele în mod adecvat.

Persoanele care nu practică empatia tind să presupună că toată lumea gîndeşte la fel ca ele şi are aceleaşi sentimente, şi riscă să creeze probleme cînd această presupunere nu este corectă.

Subiect de discuţie: Studenţii confundă uneori empatia cu compătimirea. Empatia presupune a vă aşeza în poziţia altuia, a gîndi şi a simţi la fel ca cealaltă persoană. Compătimirea înseamnă să îţi pară rău pentru o altă persoană.

Cercetarea în prim-plan: Studiile relevă că, în majoritatea circumstanţelor, femeile empatizează mai bine decît bărbaţii. Întrebaţi-i pe studenţi de ce consideră că empatia este o aptitudine învăţată şi, în acest caz, cum şi de ce învaţă femeile să empatizeze mai bine decît bărbaţii.

Empatia constituie o provocare deosebită pentru persoanele cu tulburări precum autismul sau sindromul Asperger. Ambele tulburări afectează capacitatea unei persoane de a interpreta comportamentele nonverbale ale altei persoane. De exemplu, nu vă este foarte greu să apreciaţi cînd anume un prieten este sarcastic, deoarece îi deduceţi intenţia pornind de la expresiile faciale şi tonul vocii. Totuşi, pentru persoanele cu astfel de tulburări, semnalele nonverbale pot să nu fie la fel de evidente, prin urmare, înţelegerea şi adoptarea perspectivei unei alte persoane poate genera dificultăţi.

COMPLEXITATEA COGNITIVĂ. Să presupunem că îl vedeţi pe prietenul dumneavoastră Tony venind spre dumneavoastră pe hol. Zîmbiţi şi vă pregătiţi să-l salutaţi, dar el trece chiar pe lîngă dumneavoastră, ca şi cum nici n-aţi fi acolo. Vă vin în minte cîteva posibilităţi care ar justifica purtarea lui Tony. Poate că este supărat pe dumneavoastră. Poate era preocupat de ceva şi nu v-a observat. Poate că v-a zîmbit, dar nu aţi văzut. Capacitatea de a lua în considerare o varietate de explicaţii şi de a înţelege o situaţie dată în multiple feluri se numeşte **complexitate cognitivă**. Complexitatea cognitivă constituie o aptitudine valoroasă, deoarece vă împiedică să trageţi concluzii greşite şi să reacţionaţi inadecvat[47].

➲ **complexitate cognitivă** Capacitatea de a înţelege o situaţie dată în multiple feluri.

O persoană cu complexitate cognitivă redusă se poate simţi ofensată de comportamentul lui Tony şi prin urmare îl poate ignora data viitoare cînd se mai întîlnesc. În schimb, o persoană cu o complexitate cognitivă mai amplă şi-ar aminti că un comportament nu înseamnă întotdeauna ceea ce credem. Persoana respectivă ar fi mai înţelegătoare, ar lua în considerare mai multe interpretări posibile ale acţiunilor lui Tony. Caseta „Aveţi aptitudini?" vă oferă modalităţi de amplificare a propriei complexităţi cognitive.

ETICA. În cele din urmă, persoanele care comunică în mod competent comunică în mod etic. **Etica** ne călăuzeşte cînd evaluăm dacă ceva este bine sau rău din perspectivă morală. Prin urmare, comunicarea etică dictează în general tratamentul just al celorlalţi, comunicarea onestă şi evitarea comportamentului imoral sau lipsit de etică. Aceste lucruri sînt mai simple în teorie decît în practică, deoarece oamenii au adesea concepţii foarte diferite privind ceea ce este corect şi greşit. Ceea ce poate fi justificabil din punct de vedere moral pentru o persoană sau o cultură poate fi considerat lipsit de etică de altă persoană sau în altă cultură.

➲ **etică** Un cod de moralitate sau un ansamblu de idei despre ce anume este just.

Considerentele etice sînt adesea foarte importante cînd sîntem implicaţi în strategii de obţinere a cooperării – adică atunci cînd încercăm să modificăm felul în care gîndeşte sau se comportă o altă persoană. Revenind la exemplul anterior, este etic să încercaţi să vă convingeţi vecinul să se simtă obligat să-şi aducă contribuţia în sprijinul adăpostului pentru animale? Din perspectiva unora, această strategie de obţinere a cooperării poate părea manipulatoare şi

potenţial incorectă, deoarece nu îi dă de ales vecinului, care ar trebui să facă donaţia. Totuşi, în funcţie de cît de mult are nevoie de bani adăpostul sau de modul în care vecinul s-a comportat cu dumneavoastră în trecut, este posibil să nu consideraţi că această strategie este lipsită de etică, deşi alţii o percep astfel. Persoanele care comunică în mod competent sînt conştiente de faptul că ideile despre etică ale oamenilor variază. Cu toate acestea, ei conştientizează şi propriile lor convingeri etice şi comunică în mod consecvent cu convingerile respective.

AVEŢI APTITUDINI ?			
COMPLEXITATE COGNITIVĂ **Luaţi în considerare diverse modalităţi de a înţelege comunicarea altei persoane.**			
Ce ?	**De ce ?**	**Cum ?**	**Încercaţi !**
Formulaţi explicaţii multiple pentru comportamentul unei persoane.	Pentru a evita o concluzie pripită cu privire la semnificaţia unui comportament, de exemplu, concluzia că nu veţi obţine mărirea de salariu la care speraţi, deoarece managerul dumneavoastră a criticat unele aspecte ale unui proiect important la care aţi muncit mult pentru a-l finaliza la timp.	1. Amintiţi-vă că explicaţia dumneavoastră pentru comportamentul respectiv nu este decît una dintre explicaţiile posibile. 2. Ţineţi cont de alte aspecte ale persoanei, mediului sau situaţiei care ar fi putut cauza acel comportament. 3. Formulaţi explicaţii suplimentare, chiar antagonice, pentru comportamentul respectiv.	Aţi lucrat la primele etape ale unei strîngeri de fonduri care a avut succes, iar liderul proiectului nu v-a menţionat cînd a adus mulţumiri în public echipei care s-a ocupat de această iniţiativă. Care sînt cel puţin trei explicaţii pentru această aparentă scăpare ?
ANALIZAŢI: ***Dacă întîrziaţi cu răspunsul, veţi fi nevoit să evaluaţi meritele explicaţiilor contradictorii pentru comportamentul persoanei respective.***			

PE SCURT • CINCI CARACTERISTICI ALE PERSOANELOR CARE COMUNICĂ ÎN MOD COMPETENT

Automonitorizarea emoţiilor • Conştientizarea modului în care comportamentul dumneavoastră îi influenţează pe ceilalţi
Adaptabilitatea • Capacitatea de a vă adapta comportamentele conform cerinţelor situaţiei
Empatia • Aptitudinea de a identifica şi de a simţi ceea ce simt cei din jur
Complexitatea cognitivă • Capacitatea de a înţelege o anumită situaţie în mai multe moduri
Etica • Reguli pentru a judeca dacă ceva este corect sau greşit din punct de vedere moral

Priviţi încă o dată lista dumneavoastră cu cele cinci persoane care comunică eficient. În general, acestea îşi conştientizează propriile comportamente şi sînt capabile să-şi adapteze comportamentele la diverse contexte? Pot să adopte perspectivele altora cu privire la diverse chestiuni şi pot analiza diverse moduri de a explica situaţiile ? Se comportă în mod etic? Acestea nu sînt singurele aspecte care indică faptul că o persoană comunică eficient, dar sînt printre cele mai importante. În măsura în care puteţi elabora şi exersa aceste aptitudini, vă puteţi perfecţiona procesul comunicării.

Monitorizarea sinelui a fost inversată în filmul Inception (*Începutul*) *din 2010, în care personajele îşi influenţau unul altuia visele.*

ÎNVĂŢAŢI Care este diferenţa dintre eficienţă şi adecvare? Cum este definită complexitatea cognitivă?

APLICAŢI Alegeţi-vă reality-show-ul preferat şi gîndiţi-vă la personaje şi la comportamentele lor comunicaţionale. Pe baza a ceea ce aţi învăţat în această secţiune, cum aţi evalua

fiecare personaj sub aspectul competențelor comunicaționale? Ce anume le determină pe unele să fie mai competente decît celelalte? Încercați să identificați anumite trăsături – de exemplu, empatia și complexitatea cognitivă – care diferențiază personajele între ele. Gîndiți-vă cum și-ar putea îmbunătăți fiecare persoană competențele de comunicare.

REFLECTAȚI Cum ați descrie propriul dumneavoastră nivel de monitorizare a emoțiilor? De unde provin ideile dumneavoastră despre etică?

REȚINEȚI IDEILE DIN CAPITOL

1. De ce comunicăm (p. 25)
   - Comunicarea satisface necesități fizice, de exemplu, ne ajută să rămînem sănătoși.
   - Comunicarea satisface necesități relaționale, ajutîndu-ne să creăm și să menținem relații importante.
   - Comunicarea satisface necesități identitare, ajutîndu-ne să vedem cum ne percep ceilalți.
   - Comunicarea satisface necesități spirituale, permițîndu-ne să ne exprimăm convingerile și valorile.
   - Comunicarea satisface necesități instrumentale, de exemplu, ne ajută să programăm o întîlnire și să comandăm masa.
2. Specificul comunicării (p. 29)
   - Prin intermediul unor diverse modele, cercetătorii din domeniul comunicării au considerat comunicarea o acțiune, o interacțiune și, mai recent, o tranzacție.
   - Comunicarea se bazează pe multiple canale, trece prin filtre perceptuale, primește semnificații de la persoanele care o utilizează, are implicații literale și relaționale, trimite mesaje intenționale și neintenționale și este reglementată de reguli.
   - Cinci mituri despre comunicare sînt: 1) toți oamenii sînt experți în comunicare; 2) comunicarea poate rezolva orice problemă; 3) comunicarea se poate întrerupe; 4) comunicarea este bună în sine; 5) cu cît comunicăm mai mult, cu atît mai bine.
3. Cum comunicăm la nivel interpersonal (p. 42)
   - Comunicarea interpersonală are loc între două persoane, evoluează în timp odată cu relația lor și le ajută să-și negocieze și să-și definească relația.
   - Comunicarea interpersonală este omniprezentă, este benefică pentru relațiile noastre și pentru sănătate.
4. Consolidarea competențelor de comunicare (p. 46)
   - A comunica în mod competent înseamnă a comunica eficient și adecvat.
   - Persoanele care comunică în mod competent au de obicei un nivel superior de monitorizare a sinelui, adaptabilitate, empatie, complexitate cognitivă și etică.

TERMENI-CHEIE

a coda (p. 30)
a decoda (p. 30)
automonitorizarea emoțiilor (p. 48)
canal (p. 30)
competență de comunicare (p. 46)
complexitate cognitivă (p. 49)
comunicare de masă (p. 43)
comunicare interpersonală (p. 42)
comunicare intrapersonală (p. 43)
comunicare într-un grup mic (p. 43)
context (p. 31)
context cu multe canale (p. 34)
context cu puține canale (p. 35)
diadă (p. 43)
dimensiune relațională (p. 36)
dimensiunea conținutului (p. 36)
empatie (p. 48)
etică (p. 49)
feedback (p. 31)
mesaj (p. 30)
metacomunicare (p. 36)
model (p. 30)

necesităţi instrumentale (p. 28)
receptor (p. 30)
regulă explicită (p. 38)
regulă implicită (p. 38)
simbol (p. 35)
stigmat (p. 26)
sursă (p. 30)
zgomot (p. 30)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUŢII

1. În ce mod ne negociem identităţile prin intermediul comunicării? Cum realizăm acest lucru, în calitate de indivizi? Dar ca familii? Dar ca societate?
2. Să presupunem că mama dumneavoastră vă spune: „Îmi face mare plăcere să mă suni". Care sînt cele cîteva modalităţi prin care puteţi descrie dimensiunea relaţională a acestui mesaj?
3. Regulile implicite ale comunicării nu sînt niciodată predate sau verbalizate; totuşi, unii oameni par să le cunoască şi să le respecte. Cum credeţi că învăţăm regulile implicite?
4. De ce este important să comunicăm în mod etic, dacă oamenii au adesea opinii atît de diferite cu privire la etică?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Toate acestea sînt tipuri de zgomote care ar putea inhiba comunicarea, *cu excepţia*:
   a. zgomotului fizic;
   b. zgomotului psihologic;
   c. zgomotului psihonormativ;
   d. zgomotului fiziologic.
2. Comunicarea etică implică în general:
   a. tratamentul corect aplicat oamenilor;
   b. onestitatea în comunicare;
   c. evitarea comportamentului imoral;
   d. toate acestea.
3. Empatia este definită cel mai bine drept:
   a. compătimire faţă de altcineva;
   b. capacitatea de a identifica ce simt alţii, de a simţi şi de a relaţiona cu sentimentele lor;
   c. capacitatea de a separa sentimentele altor persoane de sentimentele proprii;
   d. atenţie acordată modului în care ceilalţi vă evaluează aptitudinile sociale.
4. Un exemplu de context comunicaţional cu puţine canale ar fi:
   a. o conversaţie faţă în faţă cu mama dumneavoastră;
   b. trimiterea unui mesaj text către colegul dumneavoastră;
   c. a face o plimbare lungă cu partenerul/partenera dumneavoastră de cuplu;
   d. să mergeţi la vînătoare împreună cu tatăl şi fraţii dumneavoastră.
5. După cum o demonstrează studiile, comunicarea cu prietenii şi confidenţii:
   a. contribuie la deteriorarea sănătăţii fizice şi mintale;
   b. amplifică aptitudinile de automonitorizare a emoţiilor;
   c. prelungeşte speranţa de viaţă a unei persoane;
   d. diminuează capacitatea unei persoane de a relaţiona cu membrii propriei sale familii.

Completaţi spaţiile goale

6. Tendinţa de a se comporta corect din punct de vedere moral este o caracteristică a unei persoane ______ .
7. Majoritatea oamenilor consideră că ______ este principalul motiv pentru încheierea relaţiilor.
8. Receptorul unui mesaj îl va ______ sau îl va interpreta.
9. Cel mai contemporan model al comunicării umane este modelul ______ .
10. Un ______ este o caracteristică care discreditează o persoană, determinînd-o să fie văzută drept anormală sau indezirabilă.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (c); 2 (d); 3(b); 4 (b); 5 (c); Completaţi spaţiile goale: 6 (etice); 7 (comunicarea deficitară); 8 (decoda); 9 (tranzacţional); 10 (stigmat).

RESURSE

Filme

Legally Blonde (*Blonda de la drept*, comedie, 2001, AP-13)

Acest film o are în centru pe preşedinta unei frăţii dintr-un colegiu, Elle Woods, care decide să urmeze Facultatea de Drept de la Harvard pentru a recîştiga afecţiunea unui fost iubit. Pe alocuri, filmul ilustrează reguli explicite şi implicite ale comunicării. De exemplu, în timp ce îl asistă pe profesorul ei de drept la pregătirile pentru procesul unei crime, Elle descoperă că acuzata este o fostă membră a frăţiei ei. După ce află alibiul acuzatei, dar promite să îl ţină secret, profesorul şi colegii ei fac presiuni să îl dezvăluie, dar ea refuză acest lucru, pe motiv că nu poate „încălca regulile frăţiei", care prevăd păstrarea secretelor membrelor aceleiaşi frăţii.

Love Actually (*Pur şi simplu dragoste*, comedie, 2003, IM-18)

Această comedie romantică britanică prezintă viaţa cotidiană a cîtorva personaje. O temă recurentă este modul în care comunicarea interpersonală negociază şi defineşte relaţiile. Multe dintre personaje – îndeosebi Juliet şi Mark, Jamie şi Aurélia şi David şi Natalie – folosesc comportamente comunicaţionale pentru a-şi defini specificul relaţiior. Aceste fire narative ilustrează totodată ideea potrivit căreia comunicarea îi ajută pe oameni să-şi definească necesităţile relaţionale.

Cărţi şi articole din periodice

Baxter, L.A., Braithwaite, D.O. (2008). *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Buck, R., Van Lear, C.A. (2002). Verbal and nonverbal communication: Distinguishing symbolic, spontaneous and pseudo-spontaneous nonverbal behavior. *Journal of Communication*, 52, pp. 522-541.

Motley, M.T. (1990). On whether one can(not) communicate: An examination via traditional communication postulates. *Western Journal of Communication*, 54, pp. 1-20.

Spitzberg, B.H., Cupach, W.R. (eds.) (2007). *The dark side of interpersonal communication* (ediţia a II-a). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Site-uri

www.natcom.org/research/Roper/how_americans_communicate.htm

Acest site raportează rezultate dintr-un studiu pe tema comportamentelor şi percepţiilor adulţilor din SUA. Studiul a fost comandat de National Communication Association, cea mai mare asociaţie academică pentru specialiştii în domeniul comunicării şi studenţii care studiază acest domeniu din întreaga lume.

www.icahdq.org

Acesta este principalul site al International Communication Association, o asociaţie academică pentru specialiştii în domeniu comunicării şi studenţi, care are membri din 70 de ţări.

2

Cultură și gen

1 Înțelegerea culturii și comunicării

2 Influența culturii asupra comunicării

3 Înțelegerea genului și a comunicării

4 Influența genului asupra comunicării

PRESUPUNERILE CULTURALE POT AVEA CONSECINȚE NEGATIVE

Cînd Santiago Ventura, în vîrstă de 14 ani, a plecat de acasă, din statul mexican Oaxaca, ca să lucreze la o fermă din Oregon, nu avea cum să prevadă problemele cu care urma să se confrunte. După ce un alt lucrător la fermă a fost înjunghiat mortal la o petrecere, Ventura a fost interogat de un ofițer de poliție vorbitor de spaniolă. Ventura nu vorbea însă nici limba spaniolă, nici limba engleză, ci doar dialectul nativ al indienilor mixtec. Cînd a fost interogat, Ventura nu l-a privit în ochi pe polițist, deoarece indienii mixtec cred că este nepoliticos să privești oamenii în ochi. Din cauză că nu înțelegea mai deloc spaniola, Ventura a răspuns pur și simplu cu „da" la toate întrebările ofițerului, determinîndu-l pe acesta să-l presupună vinovat. După un proces în care avocatul său i-a interzis să depună mărturie din cauza limitărilor sale lingvistice, Ventura a fost condamnat pentru crimă și a primit sentința de 10 ani de închisoare. Doar după cinci ani de proteste din partea militanților pentru drepturile imigranților și ale juraților, care au pus la îndoială vinovăția lui Ventura, un alt judecător a anulat verdictul, eliberîndu-l pe Ventura din detenția injustă.

Dacă am fi fost implicați în cazul lui Santiago Ventura, mulți dintre noi i-am fi interpretat cuvintele și comportamentele exact ca ofițerul care l-a arestat. Dacă l-am fi întrebat pe Ventura dacă a comis o crimă, iar el ar fi răspuns „da", evitînd totodată contactul vizual, cei mai mulți dintre noi am fi tras concluzia că este vinovat. Totuși, după cum ilustrează această relatare, cultura funcționează ca o lentilă prin intermediul căreia înțelegem comportamentul comunicațional. Ofițerul care l-a arestat pe Ventura și-a folosit propria lentilă asupra comportamentului lui Ventura, presupunînd – în mod incorect – că toți locuitorii Mexicului vorbesc spaniola și că absența contactului vizual semnifică vinovăția.

Cultura nu este unica lentilă care ne influențează modul în care înțelegem comunicarea. O altă influență puternică – una care ne însoțește întotdeauna – este genul. Într-adevăr, multe persoane au impresia că o comunicare între genuri poate genera la fel de multe confuzii ca și comunicarea dintre culturi, dacă nu și mai multe. În plus, cultura și genul influențează nu numai modul în care comunicăm, ci și modul în care interpretăm comportamentele altor persoane și reacționăm la ele. Alte lentile, precum apartenența etnică, vîrsta și statutul socio-economic, pot influența la rîndul lor comunicarea. Cu toate acestea, genul și cultura ne modelează comportamentele și interpretările în atît de multe moduri, încît merită să le analizăm aprofundat pe fiecare.

Subiect de discuție: Exemplul de mai sus poate genera discuții cu privire la obligativitatea ca imigranții care vin în Statele Unite să vorbească limba engleză. Dacă se ridică această problemă, întrebați-i pe studenți de ce cred că oamenii asociază atît de intens limba engleză cu cultura americană și apoi cereți-le să identifice și alte comportamente culturale americane. Astfel, puteți iniția o discuție despre diversele dimensiuni ale unei culturi.

1. Înţelegerea culturii şi comunicării

Tradiţiile şi convingerile noastre culturale pot influenţa modul în care înţelegem comportamentul comunicaţional, chiar şi fără ca noi să fim conştienţi de acest lucru. Ofiţerul care l-a interogat pe Santiago Ventura probabil că nu s-a gîndit deloc la posibilitatea că ar putea aplica o serie de convingeri culturale incorecte la comportamentul lui Ventura. La fel, Ventura ar fi avut un avantaj enorm dacă ar fi înţeles convingerile culturale ale poliţistului şi şi-ar fi adaptat comportamentul în concordanţă cu acestea. Fiecare dintre noi este influenţat de cultura în care am crescut şi trebuie să observăm alte culturi doar cînd diferă de a noastră. În concepţia multora, cultura – asemenea unui accent – este ceva ce doar alţi oameni posedă. Să începem prin a înţelege în ce sens avem cu toţii trăsături şi prejudecăţi culturale.

Subiect de discuţie: Cînd faceţi prezentarea introductivă a temei „cultura şi genul", observaţi că *a influenţa* comportamentul nu înseamnă acelaşi lucru cu *a determina* comportamentul. Acest aspect este semnalat la sfîrşitul capitolului, dar ar putea fi util să anticipaţi distincţia încă de la început.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să enumere cinci modalităţi prin care cred că propriul lor fond cultural le influenţează comportamentul.

Definirea culturii

Folosim termenul *cultură* pentru a desemna tot felul de noţiuni. Uneori îl asociem cu un loc, ca, de exemplu, „cultura franceză" şi „cultura New Yorkului". Alteori îl folosim pentru a ne referi la o grupare etnică sau religioasă, ca, de exemplu, „cultura afro-americană" şi „cultura evreiască". De asemenea, mai vorbim despre „cultura surzilor" şi „cultura bogaţilor".

În scopurile noastre, vom defini **cultura** drept un sistem de simboluri, limbă, valori şi norme învăţate şi comune prin care un grup de oameni se deosebeşte de altul. Conform acestei definiţii, cultura nu este o proprietate a unor ţări, etnii sau clase economice, ci mai degrabă a oamenilor. Fiecare dintre noi se identifică cu unul sau mai multe grupuri care au o cultură comună, constînd dintr-o limbă comună, valori, convingeri, tradiţii şi obiceiuri comune. Vom denumi **societate** un grup de oameni care au în comun o anumită cultură.

➲ **cultură** Sistemul de simboluri, limbă, valori şi norme învăţate şi comune prin care un grup de oameni se diferenţiază de altul.

➲ **societate** Un grup de oameni care au în comun aceleaşi simboluri, limbă, valori şi norme.

Diferenţierea dintre in-grupuri şi out-grupuri. Cercetătorii folosesc termenul **in-grup** cu referire la un grup cu care ne identificăm şi termenul de **out-grup** pentru a descrie un grup pe care îl considerăm diferit de noi[1]. Dacă aţi crescut în regiunea Midwest din SUA, de exemplu, probabil că îi consideraţi pe alţi locuitori din aceeaşi zonă drept membri ai in-grupului dumneavoastră, spre deosebire de o persoană originară din nord-vestul Pacificului. La fel, cînd călătoriţi în alte ţări, locuitorii vă pot percepe ca fiind dintr-un out-grup, dacă arătaţi sau vă exprimaţi diferit faţă de ei sau dacă vă comportaţi diferit.

➲ **in-grup** Grup de oameni cu care se identifică o persoană.

➲ **out-grup** Grup de oameni cu care cineva nu se identifică.

Pentru unii oameni, a fi perceput drept diferit poate fi o experienţă incitantă sau ciudată. Pentru alţii însă experienţa respectivă poate induce stres. De exemplu, studiile relevă că imigranţii manifestă adesea un nivel neobişnuit de mare de stres pe parcursul primului an

Cercetarea în prim-plan: Într-un studiu despre femeile afro-americane, cele care au raportat mai multe situații de discriminare rasială aveau șanse mult mai mari de a suferi de cancer la sîn decît cele care au raportat mai puține incidente. Cercetătorii au presupus că stresul cronic cauzat de discriminare ar putea amplifica riscul apariției cancerului la sîn[1].

[1] Taylor, T.R. *et al.* (2007). Racial discrimination and breast cancer incidence in U.S. black women: The Black Women's Health Study. *American Journal of Epidemiology*, 166, pp. 46-54.

Șocul cultural poate fi o experiență stresantă pentru imigranți, ca în cazul lui Amir și al tatălui său, în Vînătorii de zmeie.

etnocentrism Preferință sistematică pentru caracteristicile culturii proprii.

petrecut în noua lor țară[2]. Adesea denumim acest stres *șoc cultural* sau reacția dureroasă pe care o avem cînd sîntem în situații extrem de nefamiliare. De exemplu, în filmul *The Kite Runner* (*Vînătorii de zmeie*, 2007), Amir și tatăl lui sînt siliți să fugă din Afghanistan după invazia sovietică din anii '80, și se mută în Fremont, California. Tată lui Amir, din comerciant bogat, ajunge muncitor la o benzinărie, iar ei și Amir se străduiesc să se adapteze la un mediu cultural complet nou, în Statele Unite. Studiile relevă că stresul asociat cu șocul cultural poate contribui la afecțiuni precum hipertensiunea arterială, depresia și bolile de inimă[3].

Conform unor cercetători, capacitatea noastră de a distinge între cei care ne sînt asemănători și cei care sînt diferiți față de noi i-a ajutat probabil pe strămoșii noștri să supraviețuiască și i-a încurajat să se asocieze cu oameni ale căror scopuri și priorități erau asemănătoare cu ale lor[4]. Această tendință se menține și în prezent, iar studiile relevă faptul că mulți oameni manifestă preferințe puternice pentru persoane și grupuri pe care le percep ca fiind asemenea lor. Cu alte cuvinte, oamenii sînt mai suspicioși și au mai puțină încredere în cei al căror fundal etnic, național și/sau cultural diferă de cel propriu[5]. Cercetătorii folosesc termenul **etnocentrism** pentru a descrie preferințele sistematice pentru caracteristicile culturii proprii. Această tendință poate face extrem de dificile pentru o persoană locuitul și munca într-un loc unde este considerată o minoritate. Relatarea despre studenții musulmani care studiază în SUA, din caseta „Comunicarea: zona întunecată", ilustrează acest aspect.

Comunicarea: zona întunecată

INTOLERANȚA CULTURALĂ: DISCRIMINAREA STUDENȚILOR MUSULMANI ÎN CAMPUSURILE UNIVERSITARE DIN SUA

După atacurile de pe 11 septembrie 2001 și declanșarea acțiunilor militare din Irak și Afghanistan, mulți studenți musulmani s-au simțit excluși în colegiile și universitățile din SUA pe care le frecventau. Unii se confruntau cu priviri ostile și cu e-mailuri amenințătoare. Alții se simțeau excluși de la evenimentele sociale unde înainte s-ar fi simțit bine primiți. Unii au fost ținta abuzurilor verbale care învinuiau toți musulmanii de acțiunile teroriste ale cîtorva persoane.

Distincția între in-grupuri și out-grupuri ar putea fi o tendință naturală a oamenilor și a altor specii, dar poate genera judecăți eronate. După ce 19 extremiști islamici au întreprins atacuri ucigașe asupra Statelor Unite pe 11 septembrie 2001, mulți musulmani din SUA s-au simțit tratați ei înșiși drept teroriști, pur și simplu pentru că aveau o cultură comună și același fundal religios ca teroriștii care au deturnat avioanele. Deși atacurile au fost veritabile atrocități, de fapt marea majoritatea musulmanilor nu a avut nimic de-a face cu ele. În realitate, multe organizații islamice importante au condamnat în mod explicit loviturile teroriste. O astfel de discriminare a musulmanilor arată cum, în perioade de stres sau nesiguranță, generalizările ample cu privire la grupurile de oameni pot fi făcute extrem de ușor. Totuși, pentru persoanele care comunică în mod competent, este extrem de important să nu fie condamnat un întreg grup pentru acțiunile cîtorva indivizi.

Întrebați-vă

- În ce mod – dacă este cazul – ați văzut sau ați auzit manifestîndu-se discriminări la adresa musulmanilor în campusul vostru?
- De ce este atît de ușor să percepem oamenii stereotipic, mai ales în perioade de stres sau nesiguranță?

Sursa: Kerr, M. (19 februarie 2003). Muslims face discrimination and intolerance. *Stony Brook Statesman*. Preluat pe 29 iulie 2007 de pe site-ul http://www.org/articles/10019/?&section=discrimination

Distincţia dintre in-grup şi out-grup constituie un motiv esenţial pentru care atît de multe naţiuni au probleme legate de imigrare. Unele ţări, printre care Suedia şi Statele Unite, au politici relativ tolerante, care le permit multor solicitanţi care doresc să imigreze să se mute în ţările respective şi în cele din urmă să dobîndească cetăţenia. Alte naţiuni au politici de imigrare mult mai stricte. De exemplu, în 2001, Danemarca şi-a înăsprit în mod semnificativ politicile de imigrare, astfel încît persoanelor născute în străinătate le este mai dificil să imigreze sau să obţină cetăţenia[6].

În afara sălii de curs: Un instrument cu mare impact în multiculturalizare este mass-media. În afara orelor de curs, cereţi-le studenţilor să analizeze emisiuni de televiziune şi/sau reclame tipărite, sub aspectul mesajelor lor culturale. De exemplu, cum reflectă portretizările familiilor de la televizor semnificaţiile culturale ale familiilor?

Care anume este modalitatea optimă de gestionare a imigrării - şi a populaţiei de imigranţi care locuieşte ilegal în ţară - constituie un subiect controversat în Statele Unite. Acest fapt ilustrează relaţia complexă şi uneori controversată dintre in-grupuri, ca, de exemplu, cetăţenii şi rezidenţii actuali ai ţării, şi out-grupuri, ca, de exemplu, cei care au imigrat sau doresc să se mute în ţara respectivă.

Dobîndirea unei culturi. Deoarece culturile şi societăţile din întreaga lume diferă foarte mult, poate părea că ne moştenim cultura în mod genetic, în acelaşi mod în care moştenim şi culoarea ochilor, însă lucrurile nu stau aşa. Cultura este mai degrabă învăţată. Cercetătorii numesc *inculturaţie* acest proces de învăţare. În plus, cultura nu este neapărat legată de **etnicitate** şi nici nu se bazează pe aceasta, ce reprezintă percepţia noastră cu privire la înaintaşi sau la moştenire. Cultura nu este asociată neapărat cu **naţionalitatea**, cu statutul nostru de cetăţean al unei anumite ţări. Cultura este determinată de cine ne-a crescut, de locul unde am crescut şi de simbolurile, limbajul, valorile şi normele locului respectiv. De exemplu, un cetăţean cambodgian crescut în SUA va adopta probabil limbajul şi practicile comune locului unde a crescut. Va avea etnie şi cetăţenie cambodgiană, dar cultura sa va fi cea americană.

➲ **etnicitate** Modul în care îşi percepe o persoană predecesorii sau moştenirea culturală.

➲ **naţionalitate** Statutul unei persoane de cetăţean al unei anumite ţări.

Conect@ţi-vă

CULTURA FACEBOOK

Site-ul de relaţionare socială Facebook a devenit atît de mare încît se poate califica drept avînd o cultură proprie? Ţineţi cont de următoarele aspecte:

- Facebook are peste 350.000.000 de utilizatori înregistraţi.
- Dacă Facebook ar fi o ţară, ar fi a treia ţară din lume, conform numărului de locuitori, după China şi India.
- Deşi reţeaua Facebook a fost înfiinţată în Statele Unite, 70% dintre utilizatorii actuali sînt din alte ţări.
- Facebook este disponibil în 70 de limbi diferite.
- Peste 3,5 miliarde de conţinuturi sînt publicate pe Facebook în fiecare săptămînă.

După cum am văzut, culturile sînt caracterizate prin simboluri, limbă, valori şi norme. Ce simboluri, termeni, valori şi norme asociaţi cu Facebook? Ce alte subculturi înglobează Facebook?

Sursa: Osmond, C. (30 ianuarie 2010). *The Economist* on social networking. *The Economist*, pp. 3-5.

Componentele culturii

Culturile şi societăţile variază enorm. Imaginaţi-vă un grup alcătuit din oameni care au crescut în Arabia Saudită, Vietnam, Islanda, Namibia, Paraguay, Israel şi sud-vestul Statelor Unite. Membrii grupului ar fi diferiţi nu numai sub aspectul limbii lor materne, ci probabil ar avea şi convingeri religioase şi politice diferite, le-ar plăcea sporturi diferite, ar prefera mîncăruri

Cultura dumneavoastră nu depinde de locul în care v-ați născut, ci mai degrabă de locul și de persoana care v-a crescut. Deși fiul lor adoptat Maddox s-a născut în Cambodgia, fiul lor adoptiv Pax s-a născut în Vietnam, iar fiica lor adoptivă Zahara s-a născut în Etiopia, fiecare copil va dobîndi normele culturale, valorile, simbolurile și limbajul Angelinei Jolie și ale lui Brad Pitt.

Etica în prim-plan: Contactul cu norme culturale nefamiliare ne poate determina să ne gîndim la propriile noastre convingeri culturale. Un american care vizitează Orientul Mijlociu ar putea fi uimit, de exemplu, dacă vede un bărbat care lovește o femeie în public. Care este reacția etică? Este mai etic să respectăm valorile altei culturi sau să luăm atitudine pentru a susține egalitatea de gen, chiar dacă astfel impunem unei alte persoane valorile culturale proprii?

diferite, ar purta îmbrăcăminte în stiluri diferite și ar avea idei diverse despre educație, căsătorie, bani și sexualitate. De fapt, ar putea fi mai dificil să le identificăm asemănările decît deosebirile. Totuși, chiar și oamenii din societăți foarte diferite pot împărtăși experiențe online. Citiți conținutul casetei „Conectați-vă" de mai sus pentru a afla mai multe despre modul în care oamenii din întreaga lume sînt conectați prin Facebook – creînd ceea ce este, într-un fel, o nouă cultură de masă.

Valorile, convingerile și preferințele variază adesea chiar și între regiuni diferite ale aceleiași țări. De exemplu, nativii hawaieni, texani și newyorkezi ar putea avea obiceiuri și valori foarte diferite, deși au crescut cu toții în Statele Unite. Totuși, chiar dacă există diferențe între ele, culturile au unele componente comune, după cum evidențiază clar definiția formulată pentru acest termen. Printre aceste componente se numără simbolurile, limba, valorile și normele.

Simbolurile. După cum am văzut în capitolul 1, un simbol este ceva ce reprezintă o idee. Cuvintele sînt simboluri, iar fiecare cultură are propriile sale simboluri, ce reprezintă idei vitale pentru cultura respectivă. De exemplu, cînd cineva spune că un lucru este „american precum bîta de baseball și plăcinta cu mere", atunci persoana respectivă folosește bîta de baseball și plăcinta cu mere drept simboluri ale vieții americane. Steagul SUA, vulturul pleșuv și steagul cu stele sînt și ele simboluri ale Statelor Unite. Fiecare societate folosește simboluri care au semnificații deosebite pentru membrii săi. De exemplu, imnul național al Chinei, „Yiyongjun Jinxingqu" („Marșul voluntarilor") constituie un simbol al culturii chineze. La fel, imnul național „Die Stem van Suid-Afrika" („Chemarea Africii de Sud") simbolizează cultura sud-africană.

Subiect de discuție: Încurajați-i pe studenți să identifice alte simboluri culturale, atît pozitive, cît și negative.

Limbajul. Cercetătorii estimează că în prezent în lume se folosesc în jur de 6.800 de limbi[7]. (Și, potrivit New York State Comptroller Office – Biroul de Audit al Statului New York, în Queens, New York, se vorbesc mai multe limbi decît în orice alt oraș din lume: au fost numărate cel puțin 138[8].) Limbajul facilitează comunicarea scrisă și vorbită și garantează transmiterea culturilor și a ideilor de la o generație la alta. În prezent, limbile chineză, spaniolă și engleză – în această ordine – sînt cele mai vorbite trei limbi din lume[9]. Din păcate, multe alte limbi sînt în pericol de dispariție. De fapt, cercetătorii consideră că cel puțin 10% dintre limbile lumii sînt vorbite de mai puțin de 100 de oameni fiecare[10]. Veți afla mai multe despre utilizarea limbii în capitolul 5.

Valorile. Valorile unei culturi constituie standardele folosite pentru a evalua cît de bun, de dezirabil sau de frumos este un anumit lucru. Pe scurt, este vorba despre idei culturale cu privire la ceea ce ar trebui să fie. Conform studiilor sociologice, cultura SUA valorizează idealuri precum oportunitățile egale, confortul material, spiritul practic și eficiența, realizarea, democrația, inițiativa liberă și alegerea individuală[11]. Cînd călătoriți în alte țări, ați putea descoperi că valorile lor culturale diferă dramatic de ale dumneavoastră.

Cultura americană prețuiește libertatea, oportunitatea, alegerea și confortul material. Aceste valori sînt exemplificate în media prin scene în care două persoane merg cu o mașină sport pe un drum larg, însorit, cu vîntul în plete.

AVEŢI APTITUDINI ? NORME CULTURALE Descoperiţi normele de politeţe dintr-o altă cultură.			
Ce ?	**De ce ?**	**Cum ?**	**Încercaţi !**
Învăţaţi despre o normă culturală de politeţe dintr-o altă societate decît a dumneavoastră.	Pentru a evita să jigniţi cînd comunicaţi cu persoane care aparţin culturii respective, de exemplu, în cadrul unui eveniment cultural sau în clasă sau în interacţiunile de la locul de muncă.	1. Gîndiţi-vă la un prieten sau la o cunoştinţă care provine dintr-o societate diferită de a dumneavoastră. 2. Folosiţi Internetul pentru a vă documenta cu privire la normele comportamentale ale politeţii care caracterizează cultura societăţii persoanei respective. **Concentraţi-vă** îndeosebi asupra comportamentelor comunicaţionale - verbale şi non-verbale - care sînt considerate politicoase sau nepoliticoase în cultura respectivă. Site-ul www.executiveplanet.com oferă multe asemenea exemple.	1. Într-o prezentare scurtă, documentaţi ceea ce aţi învăţat despre regulile culturale ale politeţii în societatea respectivă. 2. În următoarele conversaţii pe care le aveţi cu prietenii sau cunoştinţele, aplicaţi normele culturale ale politeţii.
ANALIZAŢI: ***Cum s-a îmbunătăţit comunicarea dumneavoastră interculturală prin intermediul acestui exerciţiu ?***			

NORMELE. În cele din urmă, normele sînt reguli sau aşteptări care ghidează comportamentul oamenilor în cadrul unei culturi. Ca exemplu, gîndiţi-vă la normele pentru salut. În ţările din America de Nord, oamenii îşi dau mîna şi spun „Îmi pare bine". În alte culturi este normal să se îmbrăţişeze, să se sărute pe ambii obraji sau chiar pe gură. De asemenea, culturile diferă şi sub aspectul normelor de politeţe : un comportament care ar fi considerat foarte politicos într-o cultură ar fi dezaprobat într-o alta. Verificaţi caseta „Aveţi aptitudini ? ", pentru a afla mai multe despre normele culturale.

Culturi şi subculturi

Cînd ne gîndim la cultură ca limbă, credinţe şi obiceiuri comune, pare că aparţinem mai multor culturi diferite simultan. Dacă aţi crescut în SUA, de exemplu, probabil că vă simţiţi o parte din cultura SUA. Concomitent, dacă sînteţi pasionat de calculatoare, muzică sau skateboarding, veţi observa că cei care împărtăşesc aceleaşi interese au propriul fel de a vorbi şi acţiona. De asemenea, veţi observa că cei din generaţia dumneavoastră au valori şi obiceiuri diferite de cele ale oamenilor mai în vîrstă - sau că grupuri etnice sau religioase din şcoala pe care o frecventaţi au propriile tradiţii şi credinţe. Oare fiecare dintre aceste grupuri are o cultură proprie? Dintr-un anumit punct de vedere, răspunsul este da.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să enumere şi să descrie diversele subculturi cărora le aparţin.

DEFINIREA SUBCULTURILOR. În cadrul multor culturi mari, precum cele din societățile italiene, vietnameze sau americane, există o serie de entități culturale mai mici pe care cercetătorii le numesc subculturi. **Subculturile** sînt grupuri de oameni care au valori, obiceiuri și norme comune asociate cu interesele sau caracteristicile lor comune, pe lîngă cetățenia națională. O subcultură nu se bazează pe țara unde ne-am născut sau pe societatea națională în care am fost crescuți, ci se compune din grupuri mai mici de oameni cu care ne identificăm.

subculturi Grupuri de oameni care au valori, obiceiuri și norme comune asociate cu interesele sau caracteristicile lor comune, pe lîngă cetățenia națională.

FUNDAMENTELE SUBCULTURILOR. Unele subculturi se bazează pe activități sau convingeri comune. Dacă sînteți pasionat de pescuit, grădinărit organic sau activism politic, de exemplu, atunci există subculturi fundamentate pe aceste interese. La fel, budiștii au convingeri și tradiții prin care se deosebesc de baptiști, indiferent unde au crescut.

Unele subculturi reflectă diferențe sub aspectul capacităților mintale sau fizice. De exemplu, multe populații de persoane cu deficiențe auditive au anumite valori și obiceiuri care diferă de cele ale populației care nu are probleme cu auzul[12]. Deși nu au aceeași limbă, aceleași poziții politice sau convingeri religioase, persoanele cu deficiențe de auz au adesea obiceiuri sociale distincte. De exemplu, deși mulți oameni ar simți disconfort dacă ar privi tot timpul în ochi o altă persoană în timp ce discută cu ea, persoanele cu deficiențe de auz mențin frecvent contactul vizual permanent în timp ce comunică prin limbajul semnelor. De asemenea, ei obișnuiesc să îi anunțe pe ceilalți din grup dacă pleacă dintr-o încăpere chiar și doar pentru cîteva momente. Deoarece nu se aud unele pe altele dacă se strigă din camere diferite, acest obicei previne căutările frenetice ale persoanei care tocmai a plecat. (Oamenii care aud bine ar considera cel puțin enervant să se anunțe unii pe alții că ies din cameră.) Aceste obiceiuri comune, precum și altele, îi ajută pe cei cu deficiențe auditive să comunice unii cu alții, în calitate de membri ai unei subculturi la care aderă cu toții[13].

APARTENENȚA LA MAI MULTE SUBCULTURI. Multe persoane se identifică simultan cu mai multe subculturi. Puteți relaționa cu subculturi specifice grupei dumneavoastră de vîrstă, specifice etniei, religiei, orientării sexuale, preferințelor muzicale, intereselor sportive și chiar studiilor de specialitate pe care le-ați absolvit. Fiecare dintre aceste grupuri are probabil propriile sale valori, convingeri, tradiții, obiceiuri și chiar modalități de a folosi limbajul care îl deosebesc de celelalte grupuri. În plus, unele subculturi includ la rîndul lor alte subculturi mai mici. De exemplu, subcultura persoanelor cu deficiențe de auz cuprinde persoane care comunică folosind doar limbajul semnelor, precum și persoane care susțin folosirea implantelor cohleare, care pot ajuta la îmbunătățirea auzului.

Cum comunicăm conștientizînd apartenența culturală

Oamenii care provin din culturi diferite nu doar comunică în mod diferit; în multe cazuri, ei și *gîndesc* diferit. Aceste diferențe pot pune dificultăți reale cînd oameni din culturi variate interacționează.

Același lucru se poate întîmpla cînd oameni din subculturi diferite comunică. De exemplu, adolescenții și cetățenii în vîrstă se pot înțelege cu dificultate unii cu ceilalți, deoarece obiceiurile și valorile lor diferă foarte mult. Adolescenții preferă adesea cea mai recentă muzică și cele mai noi tendințe vestimentare, iar persoanele în vîrstă preferă frecvent melodiile și genul de îmbrăcăminte pentru care aveau înclinație și cînd erau tineri. Adolescenții pot aprecia valori precum independența și individualitatea; vîrstnicii pot aprecia loialitatea, familia și comunitatea.

Tinerii și vîrstnicii, deși vorbesc aceeași limbă, nu folosesc neapărat limbajul în același mod. Tinerii adulți pot să nu aibă nici o problemă de înțelegere între ei, cînd discută despre bloguri și mesaje text, de exempiu, dar e posibil ca bunicii lor să nu aibă habar de semnificația acestor termeni. Poate că ați fost puși într-o astfel de situație sau poate ați văzut alte subculturi întîmpinînd dificultăți în încercarea de a se înțelege, ca, de exemplu, democrații și republicanii sau persoanele gay și heterosexualii.

Problema se complică și prin faptul că oamenii din culturi (și subculturi) diverse diferă între ei nu numai sub aspectul modului în care gîndesc și se comportă; adesea, ei nu sînt conștienți de felul în care se deosebesc. De exemplu, un profesor universitar din SUA poate crede că un student japonez nu este onest, deoarece acesta nu-l privește în ochi. În Statele Unite, acest comportament poate semnifica lipsa de onestitate. Totuși, în societatea japoneză, acest gest semnifică respect. Dacă nici profesorul, nici studentul nu sînt conștienți de modul în care celălalt ar putea interpreta comportamentul, este ușor de înțeles cum poate apărea o neînțelegere.

Cercetarea în prim-plan: Oamenii *preferă* adesea similaritatea, apreciindu-i mai favorabil pe cei mai asemănători cu ei decît pe cei care nu le seamănă. Într-un studiu, candidați afro-americani, hispanici și caucazieni au fost intervievați pentru un post de cineva fie din același grup etnic, fie din altul. Apoi candidații i-au evaluat pe intervievatori. Candidații afro-americani și hispanici le-au acordat calificative mult mai mari intervievatorilor din același grup etnic ca și ei decît intervievatorilor din grupuri etnice diferite. În cazul candidaților caucazieni, diferențele nu au fost semnificative[ii].

[ii] Lin, T.-R., Dobbins, G.H. și Farh, J.L. (1992). A field study of race and age similarity effects on interview ratings in conventional and situational interviews. *Journal of Applied Psychology*, 77, pp. 363-371.

Pentru a comunica eficient cu persoane din alte culturi și subculturi, trebuie să conștientizăm felul în care comportamentele și modul lor de a gîndi ar putea să difere de ale noastre. Din păcate, acest lucru este mai ușor în teorie decît în practică. Mulți dintre noi operează pe principiul numit de cercetători *presupunerea similarității* – cu alte cuvinte, presupunem că majoritatea oamenilor gîndesc la fel ca noi, fără să ne întrebăm dacă acest lucru este adevărat[14]. În exemplul anterior, profesorul a crezut că studentul nu este onest, deoarece a presupus că absența contactului vizual are aceeași semnificație pentru student ca pentru sine. Studentul a presupus că profesorul îi va interpreta absența contactului vizual drept un semn de respect, deoarece el așa l-a înțeles și aceasta a fost intenția lui.

Punerea la îndoială a presupunerilor culturale poate constitui o provocare, deoarece probabil adesea nu sîntem conștienți în primul rînd de faptul că le avem. Totuși, merită să facem un efort și să încercăm, deoarece verificarea presupunerilor, cînd comunicăm cu persoane din alte culturi, ne poate ajuta să comunicăm mai eficient.

ÎNVĂȚAȚI! Ce este o cultură și prin ce diferă ea de o societate? Cum folosesc societățile simbolurile, limbajul, valorile și normele pentru a-și reflecta culturile? Care sînt cîteva exemple de subculturi? Ce semnificație are presupunerea similarității și cum influențează ea capacitatea noastră de a comunica avînd totodată conștiință culturală?

APLICAȚI Alegeți doi prieteni apropiați și faceți o listă cu subculturile cărora le aparțin aceștia. Includeți subculturi asociate cu vîrsta, etnia, dizabilitățile, religia și activitățile sau interesele, dacă acestea sînt relevante. Alături de fiecare subcultură pe care o enumerați, scrieți o prezentare a modului în care credeți că ea influențează personalitatea sau stilul de comunicare al prietenului respectiv. Ce ați învățat despre fiecare prieten, efectuînd acest exercițiu?

REFLECTAȚI Cu care dintre grupuri vă identificați cel mai puternic? Cînd ați observat că propria dumneavoastră conștiință culturală este pusă sub semnul întrebării? Cum ați reacționat?

2. Influența culturii asupra comunicării

Dacă ați întîmpinat vreodată dificultăți în comunicarea cu o persoană care avea un alt fundal cultural, ați trăit experiența transgresării diferențelor culturale în comunicare. Geert Hofstede, specialist olandez în psihologie socială, și antropologul american Edward T. Hall au fost pionierii studierii culturilor și diferențelor culturale. Cercetările lor și ale altora sugerează că șapte diferențe culturale influențează în mod deosebit interacțiunile dintre oameni.

Individualism și colectivism

O modalitate prin care culturile diferă este gradul în care pun accent pe indivizi, mai degrabă decît pe grupuri. Într-o **cultură individualistă**, oamenii cred că sînt responsabili în primul rînd pentru ei înșiși. Copiii din culturile individualiste sînt crescuți auzind mesaje de tipul „Fii tu însuți", „Ești deosebit", „Nimeni din lume nu mai este așa ca tine". Aceste mesaje subliniază importanța autocunoașterii, a autosuficienței și a fi consecvent cu ceea ce se dorește de la viață[15]. Într-adevăr, motto-ul unei culturi individualiste ar putea fi „Eu trebuie să fiu eu însumi! ". Oamenii din societățile individualiste apreciază totodată indepedența și ideea că oamenii „ar trebui să se ridice singuri, trăgîndu-se de bretele" - să se ajute singuri, la nevoie - în loc să aștepte să-i ajute alții. Conform studiilor, Statele Unite, Canada, Marea Britanie și Australia se numără printre cele mai individualiste societăți din lume[16].

➲ **cultură individualistă** O cultură care pune accent pe individualitate și responsabilitate față de sine.

În schimb, persoanele dintr-o **cultură colectivistă** sînt învățate că sînt responsabile în primul rînd față de familiile, comunitățile și angajatorii lor. În loc să evidențieze importanța individului, culturile colectiviste se axează pe satisfacerea necesităților grupului. Persoanele din culturile colectiviste acordă o importanță mare datoriei și loialității și nu se consideră unice sau deosebite, ci drept componentă a grupului de care aparțin. În rîndul populației kabre din Togo, de exemplu, oamenii încearcă să renunțe la multe dintre posesiile lor materiale pentru a întemeia relații în avantajul grupurilor lor sociale[17]. Motto-ul unei culturi colectiviste ar putea fi „Eu sînt familia mea și familia mea sînt eu". Printre culturile colectiviste se numără Coreea, Japonia și multe țări din Africa și America Latină[18].

➲ **cultură colectivistă** O cultură care pune accent pe loialitatea față de familie, locul de muncă sau comunitate, mai degrabă decît pe necesitățile individului.

Etica în prim-plan: Cereți-le studenților să presupună că încep primul an la facultate, cînd un membru în vîrstă al familiei se îmbolnăvește și are nevoie de îngrijiri. Ar trebui să-și amîne studiile și să aibă grijă de necesitățile rudei sau ar trebui să decidă că îngrijirea rudei respective nu este responsabilitatea lor? Primul răspuns este mai colectivist, al doilea mai individualist. Care sînt implicațiile etice ale fiecărui răspuns?

Valorile culturale sînt exprimate adesea prin intermediul înfățișării personale. În rîndul populației maori din Noua Zeelandă, tatuajele sînt folosite adesea pentru a reflecta colectivismul, sentimentul împărtășit de toți al unei moșteniri și al unei comunități. Cînd unele persoane din SUA adoptă astfel de tatuaje asemănătoare, în stil tribal, adesea fac acest lucru pentru a-și exprima individualitatea, mai degrabă decît conexiunea cu un grup sau cu o comunitate.

Caracterul individualist sau colectivist al unei culturi poate influența în mai multe moduri comportamentul comunicațional. Cînd persoanele din culturile individualiste au un conflict, de exemplu, se așteaptă de la ele să îl exprime și să se străduiască să îl rezolve. În schimb, după cum explică specialiștii în domeniul comunicării Deborah Cai și Edward Fink, persoanele din culturile colectiviste sînt învățate să gestioneze neînțelegerile mult mai puțin direct, pentru a menține armonia socială[19].

O altă diferență implică nivelul de confort al publicului în ceea ce privește vorbitul în public. Multe persoane simt anxietate cînd trebuie să țină un discurs, mai ales cele din societățile colectiviste, unde indivizii sînt învățați să se integreze,

mai degrabă decît să iasă în evidenţă. A fi încrezător şi „a te impune" sînt calităţi valorizate în culturile individualiste, dar pot induce stînjeneală sau ruşine persoanelor dintr-o cultură colectivistă.

Culturi slab contextuale şi culturi puternic contextuale

Dacă aţi călătorit mult, aţi observat poate că limbajul oamenilor din diverse părţi ale lumii diferă sub aspectul caracterului său direct şi explicit. Într-o **cultură slab contextuală**, se aşteaptă ca oamenii să fie direcţi, să spună ce anume intenţionează să spună şi să nu „bată cîmpii". Culturile slab contextuale apreciază autoexprimarea, comunicarea opiniilor personale şi încercarea de a-i convinge pe alţii să vadă lucrurile într-un anumit fel[20]. Statele Unite constituie un exemplu al unei societăţi slab contextuale, la fel şi Canada, Israel şi majoritatea ţărilor din nordul Europei.

➲ **cultură slab contextuală** O cultură în care comunicarea verbală ar trebui să fie explicită şi este interpretată adesea literal.

În schimb, persoanele din **culturi puternic contextuale**, ca, de exemplu, cele din Coreea, populaţia maori din Noua Zeelandă şi amerindienii, sînt învăţate să vorbească mult mai puţin direct. În acele societăţi, menţinerea armoniei şi evitarea jignirii oamenilor sînt mai importante decît exprimarea opiniilor reale[21]. În consecinţă, oamenii vorbesc într-o manieră mult mai puţin directă, mai ambiguă, şi transmit mult mai multe dintre semnificaţii prin comportamente subtile şi indici contextuali, ca, de exemplu, expresiile faciale şi tonalitatea vocii.

➲ **cultură puternic contextuală** O cultură în care comunicarea verbală este adesea ambiguă, iar semnificaţiile sînt deduse din indici contextuali, ca, de exemplu, expresiile faciale şi tonalitatea vocii.

Un exemplu al modului în care această diferenţă culturală influenţează comunicarea este modul în care oamenii gestionează criticile şi dezacordul. Într-o cultură slab contextuală, un supraveghetor ar putea mustra direct un angajat iresponsabil, pentru a da persoana respectivă drept exemplu. Supraveghetorul ar exprima probabil în mod direct şi explicit greşelile angajatului, aşteptările companiei legate de progresele acestuia şi consecinţele asociate cu lipsa lor. Totuşi, într-o cultură puternic contextuală, supraveghetorul probabil că nu l-ar mustra în public pe angajat, de teamă că l-ar face de ruşine şi l-ar determina să-şi piardă demnitatea. Într-o cultură puternic contextuală, criticile tind mai degrabă să fie făcute în particular. De asemenea, într-o cultură puternic contextuală, supraveghetorul ar folosi probabil un limbaj mai ambiguu pentru a comunica ce anume a greşit angajatul, în loc să abordeze problema în mod direct. Pentru a mustra un angajat cu privire la absenţele repetate, de exemplu, supraveghetorul ar putea afirma că responsabilitatea faţă de colegii de la locul de muncă este importantă şi că a-ţi dezamăgi echipa ar putea fi dezonorant. Poate că supraveghetorul nu ar spune niciodată clar că angajatul nu trebuie să mai întîrzie la serviciu. În schimb, se aşteaptă de la angajat ca acesta să înţeleagă acel mesaj, ascultînd cuvintele supraveghetorului şi acordînd atenţie limbajului trupului, tonului vocii şi expresiilor faciale ale supraveghetorului.

În viaţa de zi cu zi: În culturile slab contextuale se presupune că ceva trebuie afirmat explicit, înainte să fie evidenţiat. Un exemplu al caracterului slab contextual al Statelor Unite este folosirea limbajului dens, specific, în contracte, inclusiv textul tipărit cu litere mici care apare uneori la sfîrşitul reclamelor.

Cînd oamenii din culturi slab contextuale şi culturi puternic contextuale comunică între ei, există un potenţial sporit de apariţie a neînţelegerilor. Imaginaţi-vă că i-aţi întrebat pe doi dintre prietenii dumneavoastră dacă ar vrea să vă întîlniţi la o cafea la o librărie-cafenea cunoscută. Prietena dumneavoastră Tina, care aparţine unei culturi slab contextuale, răspunde „Nu, am mult de învăţat, dar îţi mulţumesc oricum". Lee, care a crescut într-o cultură puternic contextuală, dă din cap şi spune: „Pare amuzant". Prin urmare, sînteţi surprins ulterior cînd Lee nu vine.

Cînd persoanele din culturi slab contextuale şi puternic contextuale comunică între ele, există şanse mari să apară neînţelegeri.

Cum puteţi explica aceste comportamente diferite? Răspunsul este că oamenii care au crescut în culturi puternic contextuale ezită adesea să spună nu – chiar cînd vor să dea un răspuns negativ – de teamă să nu provoace supărare. O altă persoană aparţinînd aceleiaşi culturi ca Lee ar fi înţeles din expresia facială a lui Lee sau din tonalitatea vocii că el nu intenţiona să meargă la cafea. Totuşi, pentru că aţi crescut într-o societate slab contextuală, aţi interpretat răspunsul lui şi datul din cap drept semn că vă acceptă invitaţia.

Culturi cu distanţă ierarhică mare şi culturi cu distanţă ierarhică mică

O a treia modalitate prin care culturile diferă între ele este gradul de distribuţie a puterii. Cîteva caracteristici pot conferi putere, inclusiv banii şi alte resurse preţioase, educaţia, specializarea, vîrsta, popularitatea, talentul, inteligenţa şi experienţa. În societăţile democratice, oamenii cred în valoarea egalităţii – toţi bărbaţii şi femeile sînt creaţi egali şi nici o persoană sau grup nu ar trebui să aibă o putere excesivă. Această convingere este o trăsătură specifică a **culturilor cu distanţă ierarhică mică**. În această categorie se încadrează Statele Unite şi Canada, precum şi Israel, Noua Zeelandă, Danemarca şi Austria[22]. Persoanele din culturi cu distanţă ierarhică mică sînt crescute să creadă că deşi unele persoane se nasc cu mai multe avantaje (de exemplu, bogăţie sau celebritate), nimeni nu este inerent mai bun decît altcineva. Acest fapt nu înseamnă neapărat că persoanele din astfel de culturi *sînt* tratate egal, ci doar că preţuiesc ideea că ar trebui să fie tratate egal.

➲ cultură cu distanţă ierarhică mică O cultură în care puterea nu este strict concentrată în mîinile anumitor grupuri de oameni.

În **culturile cu distanţă ierarhică mare**, puterea este distribuită mai puţin egal. Anumite grupuri, precum familia regală sau partidul politic aflat la conducere, au o putere mare, iar cetăţeanul comun are considerabil mai puţină putere. Oamenii din astfel de culturi sînt învăţaţi că anumiţi oameni sau anumite grupuri merită să aibă mai multă putere decît alţii şi că respectarea puterii este mai importantă decît respectarea egalităţii. Mexic, Brazilia, India, Singapore şi Filipine sînt exemple de culturi cu distanţă ierarhică mare[23].

➲ cultură cu distanţă ierarhică mare Cultură în care cea mai mare parte a puterii este concentrată în mîinile cîtorva oameni, ca, de exemplu, monarhia sau partidul politic aflat la conducere.

Distanţa ierarhică influenţează multe aspecte ale comunicării interpersonale. De exemplu, persoanele din culturile cu distanţă ierarhică mică se aşteaptă de obicei ca prieteniile şi relaţiile de cuplu să se bazeze pe dragoste, mai degrabă decît pe statutul social. În schimb, persoanele din culturile cu distanţă ierarhică mare se aşteaptă să-şi aleagă prieteni sau colegi din rîndul aceleiaşi clase sociale[24].

Subiect de discuţie: Studenţii din SUA ar putea fi surprinşi de faptul că iubirea nu reprezintă o componentă importantă a căsătoriei în multe părţi ale lumii. În multe culturi, mariajul este mai apropiat de o tranzacţie de afaceri decît de o relaţie personală.

Arabia Saudită are o cultură cu distanţă ierarhică mare. Membrii familiei regale au mult mai multă putere decît cetăţenii obişnuiţi.

O altă diferenţă implică modul în care oamenii concep autoritatea. Persoanele din culturile cu distanţă ierarhică mică sînt învăţate adesea că este dreptul lor – ba chiar responsabilitatea lor – să conteste autoritatea. În astfel de culturi, nu este deloc neobişnuit ca oamenii să întrebe „De ce ?" cînd părinţii şi profesorii lor le spun să facă un anumit lucru. În schimb, culturile cu distanţă ierarhică mare pun accent pe supunere şi pe respectul faţă de cei care deţin puterea. Oamenii sînt învăţaţi să li se supună părinţilor şi profesorilor lor fără ezitare[25].

Această diferenţă este vizibilă şi în tiparele relaţiilor şi comunicării dintre oameni şi angajatorii lor. Muncitorii din culturile cu distanţă ierarhică mică preţuiesc autonomia, dreptul

de a avea opţiuni cu privire la modul în care lucrează şi capacitatea de a-şi exprima opinia prin intermediul purtătorilor de cuvînt ai sindicatelor sau al sondajelor privind satisfacţia angajaţilor. În schimb, angajaţii din culturile cu distanţă ierarhică mare sînt obişnuiţi să nu aibă multe de spus – sau chiar nimic – cu privire la modul în care lucrează. Ei se aşteaptă ca angajatorii să ia deciziile şi tind într-o măsură mai mare să respecte acele decizii fără ezitare.

Culturi masculine şi culturi feminine

De obicei, folosim termenii *masculin* şi *feminin* cînd ne referim la oameni. Hofstede a sugerat că putem folosi aceşti termeni şi cu privire la culturi[26]. Într-o cultură foarte masculină, oamenii tind să preţuiască valori masculine tradiţionale, ca, de exemplu, ambiţia, realizarea şi achiziţia de bunuri materiale. De asemenea, ei valorizează rolurile specifice sexelor, bărbaţi şi femei, preferînd ca bărbaţii să se ocupe cu cîştigatul salariilor şi cu luarea deciziilor (de exemplu, preşedinte de corporaţie), în timp ce femeile ocupă poziţiile de îngrijire a familiei (de exemplu, casnică). Printre exemplele de culturi masculine se numără Austria, Japonia şi Mexic.

Subiect de discuţie: În ce tip de cultură – masculină sau feminină – ar prefera să trăiască studenţii dumneavoastră? Există o diferenţă sistematică sub aspectul preferinţei privind sexul (adică dacă bărbaţii preferă culturile masculine şi femeile culturile feminine)? Întrebaţi-i pe studenţi ce anume cred că ar fi bine şi rău în a trăi în culturi masculine, mai degrabă decît feminine.

În schimb, într-o cultură pregnant feminină, oamenii tind să preţuiască oferirea dragostei, calitatea vieţii şi serviciile aduse altora, toate fiind calităţi feminine stereotipe. De asemenea, ei tind să creadă că rolurile bărbaţilor şi ale femeilor nu ar trebui să fie foarte diferite. Prin urmare, în comparaţie cu culturile masculine, nu ar fi neobişnuit ca un bărbat să-şi îngrijească copilul sau ca o femeie să fie principala sursă de venit din familie. Printre exemplele de culturi feminine se numără Suedia, Chile şi Olanda.

Conform studiului lui Hofstede, Statele Unite au o cultură masculină moderată. Americanii tind să aprecieze rolurile diferenţiate pe sexe – deşi nu la fel de intens precum austriecii, japonezii sau mexicanii – şi acordă o valoare destul de mare calităţilor masculine stereotipe, precum realizarea şi achiziţia resurselor[27].

Culturi monocronice şi culturi policronice

Totodată, culturile mai diferă şi din perspectiva normelor şi aşteptărilor lor privind utilizarea timpului. Societăţile care au un concept **monocronic** al timpului, ca, de exemplu, elveţienii, germanii şi majoritatea americanilor, privesc timpul drept o marfă. Economisesc timp, cheltuie timp, umplu timpul, investesc timp şi risipesc timp, de parcă ar fi tangibil. Tratează timpul ca fiind valoros, cred că „timpul înseamnă bani" şi vorbesc despre a-şi face timp şi a pierde timpul[28].

➲ **monocronic** Concept care tratează timpul drept un bun finit care poate fi cîştigat, economisit, cheltuit şi irosit.

O orientare monocronică cu privire la timp influenţează o serie de comportamente sociale. Deoarece persoanele din culturile monocronice consideră că timpul este valoros, ei detestă să-l risipească. Prin urmare, se aşteaptă ca întîlnirile şi cursurile să înceapă la timp (cu o marjă de un minut), iar cînd acest lucru nu se întîmplă sînt dispuşi să aştepte doar atît înainte să plece. De asemenea, se aşteaptă ca ceilalţi să vină la întîlnire la ora precizată.

Comparativ, societăţile cu o orientare **policronică** – incluzînd America Latină, partea arabă a Orientului Mijlociu şi o mare parte din Africa Subsahariană – concep timpul drept holistic, fluid şi mai puţin structurat. În loc

➲ **policronic** Concept care tratează timpul drept o resursă infinită, mai degrabă decît un bun finit

Subiect de discuție: Culturile diferă în privința orientării lor față de timp, care poate fi monocronică sau policronică, dar și persoanele pot să difere între ele sub acest aspect. Cereți-le studenților dumneavoastră să se gîndească la oameni pe care i-ar descrie ca avînd o orientare puternic monocronică sau policronică. Care sînt provocările comune asociate cu interacțiunea dintre persoane cu orientări temporale diferite?

să trateze timpul drept o marfă finită care trebuie gestionată adecvat pentru a nu fi risipită, oamenii din culturile policronice îl percep ca pe un rîu nesfîrşit, care curge la infinit către viitor[29].

În culturile policronice, orarele sînt mai fluide şi mai flexibile. În cultura policronică din Pakistan, de exemplu, dacă eşti invitat la o nuntă care începe la ora 16 : 30 şi vii la ora respectivă, probabil vei fi primul sosit. O bancă poate să nu se deschidă la o anumită oră – cum ar fi de aşteptat într-o societate monocronică – ci oricînd decide managerul. Oamenii dintr-o cultură policronică nu acordă prioritate eficienţei şi punctualităţii. În schimb, acordă o valoare sporită calităţii vieţii lor şi relaţiilor cu ceilalţi.

Evitarea incertitudinii

Oamenii au tendinţa naturală de a evita situaţiile inconfortabile şi nefamiliare. Cu alte cuvinte, ne displace incertitudinea şi, de fapt, aceasta ne provoacă multora dintre noi foarte mult stres[30]. Totuşi, nu toate culturile consideră incertitudinea la fel de problematică. Culturile diferă din perspectiva a ceea ce Hofstede denumeşte **evitarea incertitudinii** sau gradul în care oamenii încearcă să evite situaţiile nestructurate, neclare sau imprevizibile[31]. Persoanele din culturile cu un grad ridicat de evitare a incertitudinii sînt atrase de oameni şi situaţii familiare şi tind să nu îşi asume riscuri, de teama eşecului. De asemenea, nu le plac opiniile divergente şi tind să susţină reguli şi legi care amplifică securitatea şi diminuează incertitudinea ori de cîte ori este posibil. Argentina, Portugalia şi Uruguay se numără printre societăţile cu cel mai înalt grad de evitare.

➲ **evitarea incertitudinii** Gradul în care oamenii încearcă să evite situațiile nestructurate, neclare sau imprevizibile.

În schimb, persoanele din culturile care acceptă incertitudinea sînt mai deschise spre situaţii noi şi susţin oamenii şi ideile care nu concordă cu ei înşişi. Acestea adoptă o abordare de tip „trăieşte şi lasă-i şi pe alţii să trăiască", preferînd cît mai puţine reguli posibil care le-ar putea îngrădi comportamentul. Printre societăţile cu culturi cu nivel ridicat de acceptare a incertitudinii se numără Hong Kong, Jamaica şi Noua Zeelandă. Hofstede a stabilit că societatea americană tinde mai degrabă să accepte decît să evite incertitudinea, însă se apropie mai mult de mijlocul axei, în comparaţie cu majoritatea ţărilor.

Subiect de discuție: Ce efect are evitarea incertitudinii asupra acceptării oamenilor cu fonduri culturale diferite?

Coduri de comunicare culturală

➲ **coduri de comunicare** Comportamente verbale și nonverbale, ca, de exemplu, idiomuri și gesturi, care caracterizează o cultură și o diferențiază de alte culturi.

Nu în ultimul rînd, culturile diferă una faţă de alta sub aspectul utilizării **codurilor de comunicare**, ce reprezintă comportamente verbale şi nonverbale ale căror semnificaţii sînt înţelese adesea doar de oamenii care aparţin aceleiaşi culturi. Trei tipuri de coduri de comunicare – idiomuri, jargoane şi gesturi – diferă mult de la o societate la alta şi pot îngreuna destul de mult comunicarea interculturală.

Idiomurile. Un idiom este o sintagmă al cărei sens este pur figurativ ; cu alte cuvinte, nu îi putem înţelege semnificaţia dacă interpretăm cuvintele în mod literal. De exemplu, majoritatea adulţilor din România ştiu că sintagma „a se duce pe copcă" nu are nimic de-a face cu vreo copcă. În societatea românească, acest idiom înseamnă „a se irosi". La fel, dacă ceva „se

găseşte pe toate drumurile", atunci înseamnă că este ceva foarte comun sau că nu are nimic deosebit. „A da din coate" înseamnă a te descurca, iar „sărac cu duhul" înseamnă prost.

Exerciţiu de redactare: Pentru a-i provoca la discuţie, cereţi-le studenţilor să enumere cît mai multe idiomuri culturale care le vin în minte în cinci minute.

Fiecare societate are idiomurile sale proprii, ale căror semnificaţii nu sînt neapărat evidente pentru persoanele aparţinînd altor culturi. De exemplu, în Portugalia, o persoană care „nu pune unul la cutie" este o persoană care nu poate spune sau face nimic aşa cum trebuie. În Finlanda, dacă ceva „este de turtă dulce", înseamnă că merge foarte prost. La fel, dacă un australian „îţi sare în ochi ca un şobolan cu un dinte de aur", înseamnă că este foarte mulţumit de el însuşi. Cînd interacţionăm cu oameni din alte societăţi, trebuie să fim conştienţi de faptul că aceştia pot utiliza sintagme nefamiliare[32].

Subiect de discuţie: Cereţi-le studenţilor să observe cum, dacă sînt cunoscători de limbă engleză, pot înţelege ce încearcă să spună fiecare afiş. Dacă nu pot înţelege, nu vor reuşi să sesizeze umorul acestor exemple.

Diferenţele culturale privind utilizarea limbajului pot îngreuna şi traducerea unor sintagme sau slogane din limba unei societăţi în limba alteia. Provocarea este evidentă în următoarele exemple comice de anunţuri şi reclame:

- Afiş dintr-o curăţătorie din Bangkok: „Lăsaţi-vă pantalonii aici şi veţi avea cele mai bune rezultate!".
- Afiş dintr-o agenţie care vinde bilete de avion din Copenhaga: „Noi vă luăm bagajele şi le trimitem în toate direcţiile".
- Afiş dintr-o croitorie din Hong Kong: „Doamnele se pot potrivi la etaj".
- Afiş dintr-un restaurant din Acapulco: „Managerul a testat personal toată apa pe care o servim aici".
- Afiş dintr-o cameră de hotel din Moscova: „Dacă veniţi pentru prima oară în URSS, bine-aţi venit în ea".

JARGONUL. O formă specifică de comunicare idiomatică, care separă adesea culturile, este jargonul sau limbajul al cărui sens tehnic este înţeles de persoanele din subcultura respectivă, dar nu neapărat şi de cei din afara ei. Medicii, de exemplu, folosesc o terminologie medicală precisă pentru a comunica între ei cu privire la afecţiuni medicale şi la tratamente. În majoritatea cazurilor, acel jargon tehnic este folosit doar în comunicarea cu cei care fac parte din aceeaşi subcultură. Prin urmare, deşi medicul dumneavoastră îi poate spune asistentei că aveţi „o echimoză pe falanga distală", vă va spune probabil că aveţi o vînătaie pe vîrful degetului. La fel, dacă dentistul dumneavoastră solicită o „radiografie periapicală", vrea o radiografie a rădăcinii unui dinte.

Dacă nu înţelegeţi jargonul unei subculturi, vă puteţi simţi lăsat pe dinafară. Este posibil să aveţi chiar impresia că subculturi precum cele ale medicilor şi dentiştilor folosesc un astfel de limbaj pentru a-şi consolida statutul de in-grup. Totuşi, jargonul poate avea o funcţie importantă, permiţîndu-le oamenilor să comunice în mod specific, eficient şi clar.

GESTURILE. Totodată, societăţile diferă mult şi din perspectiva modului în care folosesc gesturile, care sînt mişcări – de obicei ale mîinii sau ale braţului – ce exprimă idei. Acelaşi gest poate avea semnificaţii diferite de la o societate la alta. De exemplu, părinţii din Statele Unite joacă uneori cu copiii mici jocul „Uite-ţi nasul!", punînd degetul mare între arătător şi degetul mijlociu. Acest gest înseamnă „Noroc!" în Brazilia, dar este considerat obscen în Rusia şi Indonezia. La fel, ridicarea arătătorului şi a degetului mic, ţinînd îndoite degetul mijlociu şi inelarul, este un gest comun pentru fanii Longhorn University of Texas. În Italia însă acest gest este folosit pentru a sugera că un soţ a fost înşelat de soţia sa[33].

Secţiunea „Pe scurt" rezumă cele şapte aspecte ale culturii pe care le-am trecut în revistă. Ţineţi minte aceste lucruri în timp ce comunicaţi cu persoane aparţinînd altor culturi, pentru a vă exersa aptitudinile pentru astfel de interacţiuni.

PE SCURT • ȘAPTE ASPECTE ALE CULTURII

Individualismul şi colectivismul • Dacă o cultură pune accent pe necesitățile individului sau ale grupului
Slab contextual şi puternic contextual • Dacă se anticipează ca limbajul să fie explicit sau subtil
Distanţă ierarhică mică şi distanţă ierarhică mare • Dacă puterea este distribuită în mod redus sau în mod amplu în rîndul oamenilor
Masculin şi feminin • Dacă sînt promovate valorile tradiționale masculine sau cele feminine
Monocronic şi policronic • Dacă timpul este văzut ca un produs finit sau ca o resursă infinită
Evitarea incertitudinii • Dacă oamenii acceptă sau resping incertitudinea
Coduri de comunicare • Cum anume idiomurile, jargonul și gesturile reflectă valorile culturale

Aveţi vreodată impresia că bărbaţii şi femeile nu vorbesc chiar aceeaşi limbă? În secţiunea următoare, vom analiza cîteva dintre motivele pentru care uneori acest lucru poate fi adevărat.

ÎNVĂȚAȚI Cum diferă între ei oamenii din culturile individualiste și colectiviste, sub aspectul comportamentelor de comunicare? Persoanele folosesc un limbaj mai explicit în societățile slab contextuale sau în societățile puternic contextuale? Puterea este distribuită mai echitabil într-o cultură cu distanță ierarhică mică sau într-o cultură cu distanță ierarhică mare? Ce anume conferă caracterul feminin al unei culturi, în opoziție cu cel masculin? Cum diferă persoanele din culturile monocronice și cele policronice sub aspectul utilizării timpului? Ce efect are evitarea incertitudinii, specifică unei culturi, asupra comportamentelor comunicaționale ale membrilor săi? De ce gesturile și idiomurile sînt exemple de coduri de comunicare culturală?

APLICAȚI Selectați un gest folosit frecvent, ca, de exemplu, degetul mare îndreptat în sus sau semnul pentru „OK". Folosind Internetul, cercetați și documentați-vă cu privire la numeroasele interpretări diferite pe care acest gest le are în culturile din întreaga lume. Exercițiul vă va perfecționa aptitudinile de comunicare interculturală, ajutîndu-vă să evitați folosirea inadecvată a acestui gest.

REFLECTAȚI Cum se învață și se consolidează efectele culturii asupra comunicării? Ce provocări ați resimțit cînd ați comunicat cu persoane din alte culturi?

3. Înțelegerea genului și a comunicării

În comedia *She's the Man* (*Iubesc pe cine nu trebuie*, 2006), Viola Hastings (interpretată de Amanda Bynes) este o liceană jucătoare de fotbal american care află că echipa de fete de la liceul ei se desfiinţează. Cînd solicitarea ei de a se alătura echipei de băieţi este respinsă, ea se înscrie la un alt liceu, deghizată în fratele ei geamăn, ca să poată juca în echipa de băieţi de acolo. Pe parcursul anului şcolar, Viola trebuie să se străduiască în permanenţă să nu îşi divulge identitatea ei de femeie. Această sarcină este complicată în multe ocazii, ca, de exemplu, atunci cînd îşi exprimă întîmplător opinii feminine şi apoi trece brusc la concepţii mai masculine. Deşi comică, situaţia Violei reflectă un adevăr: genul influenţează profund modul în care trăim. El constituie o trăsătură definitorie a identităţii noastre, modelînd felul în care gîndim, arătăm şi comunicăm. La urma urmei, care este prima întrebare referitoare la un copil nou-născut? „Este băiat sau fată?"

Subiect de discuţie: Pe studenți i-ar putea interesa să știe că, deși în lume există puțin mai multe femei decît bărbați, se nasc de fapt mai mulți bărbați. Bărbații au o rată mai mare a mortalității în copilărie.

Deși genul este puternic, este departe de a fi simplu sau direct. Conceptul de gen include multe influențe, ca, de exemplu, rolurile psihologice ale genurilor, sexul biologic și orientarea sexuală. Unele comportamente interpersonale sînt influențate intens de rolurile psihologice ale genurilor, iar altele sînt influențate mai mult de sexul biologic sau de orientarea sexuală. În această secțiune, analizăm aceste componente ale genului și discutăm despre cele mai comune explicații ale motivației pentru care comunicarea dintre genuri poate prezenta atîtea dificultăți.

În filmul iubesc pe cine nu trebuie, *personajul Amandei Bynes se deghizează în băiat, ca să poată juca fotbal american. Faptul că își modifică aspectul îi schimbă genul?*

Subiect de discuție: Modificarea în ceea ce privește comunicarea între genuri constituie o temă comună pentru filme și seriale de televiziune, îndeosebi comedii. Întrebați-i pe studenți la ce exemple se pot gîndi.

Voi utiliza termenul *gen* drept un termen larg, care cuprinde influențele rolurilor genurilor, ale sexului biologic și ale orientării sexuale asupra unor aspecte în legătură cu care nu stabilesc distincții clare între acești termeni. Altfel, voi folosi *rolurile de gen* cu referire la masculinitate, feminitate și androginie. În prezentarea diferențelor dintre femei și bărbați, voi folosi termenul *sex biologic* (sau pur și simplu *sex*) și voi folosi termenul *orientare sexuală* cînd voi discuta despre influența sexualității asupra comportamentului. Vezi figura 2.1. pentru o ilustrare a modului în care folosesc acești termeni diverși.

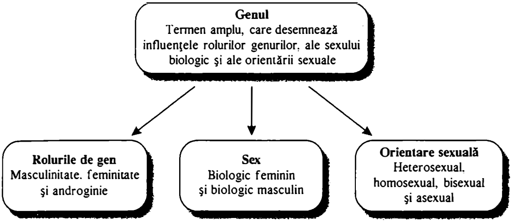


Figura 2.1. Diagramă care explică genul, sexul biologic și orientarea sexuală. Studiile despre comunicare analizează efectele rolurilor genurilor, ale sexului biologic și ale orientării sexuale asupra comportamentului de comunicare interpersonală.

Rolurile de gen și comunicarea

Un rol este un ansamblu de comportamente anticipate de la cineva aflat într-o anumită poziție socială. Așteptările privind comportamentul masculin și feminin constituie **rolurile de gen** dintr-o cultură sau normele pentru felul în care ar trebui să se comporte femeile și bărbații. În Statele Unite, de exemplu, prin tradiție, bărbații aduc venituri în casă, iar femeile sînt casnice. Se presupune că bărbații ar trebui să fie interesați de mașini, sporturi și arme, iar femeilor ar trebui să le placă să facă cumpărături, să gătească și să crească copii[34]. Aceasta nu înseamnă că bărbații și femeile *au* întotdeauna aceste interese, ci doar că rolurile tradiționale ale genurilor sugerează că ar trebui să le aibă. La fel, în multe culturi, este de așteptat ca bărbații să ia decizii și să ocupe poziții de putere, deși lucrurile nu stau întotdeauna astfel în realitate[35].

Filme precum Million Dollar Baby (O fată de milioane) *descriu personaje feminine implicate în activități masculine stereotipe.*

➲ **rol de gen** Un ansamblu de așteptări privind comportamentul adecvat, pe care o cultură îl atribuie de obicei unui om, în baza sexului său biologic.

Astfel de așteptări reflectă idei influențate cultural cu privire la ce înseamnă să fii bărbat sau femeie. Putem considera că rolurile de gen se încadrează în trei categorii specifice: masculinitate, feminitate și androginie.

ROLUL DE GEN MASCULIN. Cînd se folosește cu referire la oameni, mai degrabă decît la culturi, termenul **masculinitate** se referă la ansamblul de așteptări privind rolul genurilor pe care o societate îl atribuie în mod tipic bărbaților, deși oricine poate avea caracteristici și tipare comportamentale comunicaționale masculine. Calitățile masculine specifice pot să difere de la o cultură la alta, dar rolul masculin pune de obicei accent pe forță, competiție, independență, agresivitate sexuală, asumarea riscului, gîndire logică și achiziția de resurse. De asemenea, masculinitatea tradițională tinde și să respingă slăbiciunile, expresivitatea emoțională și caracteristicile sau comportamentele care seamănă cu cele ale femeilor[36]. În copilărie, comportamentul masculin include jucatul cu puști și mașini de jucărie și întrecerile sportive, deoarece aceste activități pun accent pe forță, dominare și învingere. Comportamentul masculin adult include a fi lider, a întreține familia și a se axa mai mult pe acțiuni decît pe vorbire.

➲ **masculinitate** Un rol de gen atribuit în mod tipic bărbaților, care pune accent pe dominare, competiție și gîndire logică.

Cercetarea în prim-plan: Specialiștii nu sînt de acord cu privire la motivele pentru care, în general, bărbații și femeile au interese atît de diferite. Unii sugerează că acest fapt se datorează încurajării de părinți a unor interese diferite la copiii lor de sex masculin și feminin (de exemplu, îi încurajează pe băieți să joace fotbal și pe fete să se joace de-a casa). Alții susțin că fetele și băieții au interese înnăscute privind diferite activități și că părinții pur și simplu consolidează o diferență deja existentă, nu o creează.

Masculinitatea are aspecte pozitive și aspecte negative. De exemplu, accentul pus pe forță și pe dominație îi poate motiva pe bărbați și îi poate determina să se protejeze pe ei și pe familiile lor de amenințări. Gîndirea logică poate contribui la rezolvarea problemelor, iar disponibilitatea de a-și asuma riscuri poate ajuta o persoană să realizeze lucruri pe care nu le credea posibile. Concomitent, așteptările legate de rolul masculin pot pune probleme. De exemplu, accentul pus pe indepedență îi poate împiedica pe bărbați să solicite ajutor – ca, de exemplu, îngrijiri medicale – cînd au nevoie de el[37]. Concentrarea asupra competiției și agresivității îi poate determina să se confrunte cu pericole și poate fi responsabilă pentru faptul că bărbații tind într-o măsură mai mare decît femeile să devină victimele oricărui tip de infracțiune violentă, cu excepția violului[38]. De asemenea, un procent mai mare de bărbați tind să comită infracțiuni violente, în comparație cu femeile. În plus, masculinitatea intensifică asumarea riscurilor; prin urmare, bărbații tind într-un procent mai mare decît femeile să fumeze, să bea în exces, să conducă sub influența alcoolului și să nu folosească centurile de siguranță și cremele cu protecție solară, tind mai degrabă să nu facă sport, toate acestea sporindu-le șansele de îmbolnăvire, rănire și moarte prematură[39].

ROLUL DE GEN FEMININ. Ansamblul de așteptări privind rolul atribuite de obicei de o societate femeilor se numește **feminitate**, deși acest termen poate caracteriza ambele sexe[40]. În general, rolul feminin pune accent de obicei pe empatie și pe expresivitatea emoțională; se axează pe relații și pe menținerea lor; este interesat de aducerea pe lume și de creșterea copiilor și acordă atenție aspectului fizic. Feminitatea tradițională pune accent și pe cooperare și supunere și tinde să acorde un rol mai mic realizărilor intelectuale și ambițiilor privind cariera.

➲ **feminitate** Un rol de gen atribuit în mod tipic femeilor, care pune accent pe comportamentul expresiv, axat pe îngrijire.

Asemenea masculinității, și feminitatea are aspecte pozitive și aspecte negative. Accentul pus pe îngrijirea celorlalți a facilitat supraviețuirea a nenumărate generații de copii și de familii. Accentul pus pe empatie și pe relații le-a permis multor femei să-și creeze prietenii profunde, intime, cu alte femei și să aibă succes în cariere care necesită sensibilitate interpersonală, ca,

de exemplu, profesoratul şi consilierea. Faptul că pun accent pe cooperare, nu pe competiţie, le ajută probabil de asemenea pe femei să rezolve probleme interpersonale în moduri reciproc avantajoase. Totuşi, feminitatea tradiţională poate impune şi limite cu privire la posibilităţile şi opţiunile disponibile femeilor. În trecut, tradiţia descuraja multe femei să studieze şi să-şi atingă obiectivele privind cariera, din cauza convingerii că locul adecvat al femeii este acasă. În plus, accentul pus pe înfăţişare supune femeile unor presiuni enorme de a se încadra în anumite tipologii corporale. În consecinţă, femeile au şanse mult mai mari decît bărbaţii să prezinte depresii şi tulburări de alimentaţie[41]. De asemenea, accentul pus pe supunere le pune dificultăţi unor femei, sub aspectul întreruperii unei relaţii abuzive[42].

În afara sălii de curs: Adulţii contemporani pot întîmpina dificultăţi sub aspectul identificării limitărilor asociate cu feminitatea, în domeniul educaţional sau în domeniul carierei. Cereţi-le studenţilor să intervieveze informal femei mai în vîrstă pe care le cunosc (mame, bunici şi aşa mai departe), pentru a vedea dacă aceste persoane s-au simţit constrînse în opţiunile lor educaţionale sau privind cariera în tinereţe.

Rolul de gen androgin. În mare măsură, masculinitatea şi feminitatea sînt concepte opuse; cu alte cuvinte, o parte din ceea ce determină caracterul masculin al unei trăsături este faptul că nu este feminină şi viceversa. Totuşi, nu toată lumea poate fi descrisă cel mai bine ca fiind fie masculin, fie feminin. Unele persoane par mai degrabă să posede ambele caracteristici. De exemplu, o femeie poate să iubească copiii, dar să fie foarte decisă, logică şi lipsită de emotivitate în domeniul carierei. La fel, un bărbat poate fi puternic şi independent, însă poate fi totodată sensibil şi poate ţine mult şi profund la prietenii săi. **Androginia** este termenul folosit pentru a descrie combinaţia de trăsături feminine şi masculine. Cînd o persoană se identifică intens cu ambele roluri ale genurilor, spunem că este androgin din punct de vedere psihologic[43].

Androginie Rol de gen care se distinge printr-o combinaţie de caracteristici masculine şi feminine.

A fi androgin nu înseamnă că persoana respectivă este homosexuală sau bisexuală sau că îşi doreşte să aibă alt sex, ci că se identifică intens atît cu aspecte ale feminităţii, cît şi ale masculinităţii. În consecinţă, o persoană androgină este deseori mai puţin preocupată să se comporte în moduri adecvate genului său decît cineva care are caracteristici mai intense masculine sau feminine.

De exemplu, un bărbat androgin probabil că nu ar vedea în meseria de infirmier o ameninţare la adresa identităţii sale de gen. De asemenea, probabil că o femeie androgină nu s-ar simţi inconfortabil dacă ar fi principala sursă de venit a familiei. În 1994, jurnalistul britanic Mark Simpson a inventat termenul *metrosexual*, care desemnează un bărbat, de obicei un heterosexual care a adoptat comportamentul feminin care constă în a acorda o mare atenţie înfăţişării şi îngrijirii – exemplificînd astfel o persoană androgină[44].

Variaţii ale genului în funcţie de perioadă şi de cultură. Rolurile de gen nu sînt niciodată imuabile. Asemenea majorităţii rolurilor, ele se modifică în timp şi variază de la o cultură la alta.

În Statele Unite, de exemplu, imaginile femeilor şi bărbaţilor în mass-media – incluzînd filmele, emisiunile de televiziune şi reclamele – s-au schimbat mult în ultimele cîteva decenii. În anii '50, unele seriale de televiziune precum *Leave It to Beaver* şi *Father Knows Best* descriau bărbaţii, femeile şi copiii în modalităţi specifice genurilor. Taţii erau puternici, autoritari şi singurii aducători de venit din familie. Mamele erau casnice ale căror preocupări se axau pe soţi, copii şi treburile casnice. Băieţii era interesaţi de activităţi masculine precum pescuitul sau jocurile cu maşinuţe, iar fetele aveau preocupări feminine, de exemplu, se jucau cu păpuşi şi făceau prăjituri. Serialele mai recente de televiziune, printre care *CSI*, *Dr. House* şi *O familie modernă* portretizează o feminitate şi o masculinitate mai flexibile. Femeile lucrează în afara casei, uneori au profesii tradiţional masculine, precum cea de medic sau poliţist, iar bărbaţii

îşi exprimă sentimentele, chiar şi faţă de alţi bărbaţi. Şi, de fapt, seriale de televiziune precum *The Good Wife* (*Soţia perfectă*) şi *Hawaii Five-O* prezintă portrete ale unor personaje feminine neobişnuit de puternice.

Subiect de discuţie: Întrebaţi-i pe studenţi dacă vorbesc diferit cu oamenii, în funcţie de modul în care se prezintă aceştia, dacă sînt predominant masculini, feminini sau androgini.

Rolurile de gen diferă şi în funcţie de cultură. De exemplu, în societăţile nomade, în care oamenii se deplasează din loc în loc pentru a vîna şi pentru a aduna hrană, există puţine diferenţe între felurile în care sînt crescuţi băieţii şi fetele. Sarcinile cotidiene ale tuturor sînt asemănătoare – trebuie să găsească alimente şi apă –, astfel încît există o necesitate redusă de a diferenţia rolurile fetelor şi ale băieţilor. În schimb, în societăţile agricole, care se bazează pe cultivarea recoltelor şi pe creşterea animalelor pentru a-şi obţine hrana, fetele şi băieţii sînt socializaţi în moduri foarte diferite ; fetele sînt crescute pentru a avea grijă de copii şi de casă, iar băieţii pentru a avea grijă de vite şi de recolte[45].

După cum am discutat mai devreme, influenţa culturii asupra rolurilor de gen este atît de intensă, încît specialiştii etichetează culturile însele ca fiind masculine sau feminine. În culturile masculine, rolurile femeilor şi ale bărbaţilor sînt clar definite şi diferenţiate şi se suprapun într-o mică măsură. Într-o cultură masculină, ar fi foarte neobişnuit ca un bărbat să stea acasă pentru a-şi îngriji copilul, de exemplu, deoarece se consideră că îngrijirea copilului face parte din rolul feminin. Rolurile genurilor în culturile feminine sînt însă mult mai puţin diferenţiate, astfel încît aşteptările ca femeile şi bărbaţii să se comporte diferit sînt mai reduse.

Fără îndoială, aşteptările privind rolurile de gen ne influenţează existenţa, dar a fi masculin sau feminin nu este acelaşi lucru cu a fi bărbat sau femeie, din punct de vedere fizic. În continuare, vom investiga semnificaţia sexului biologic, precum şi efectele sale asupra comportamentului de comunicare.

Sexul biologic şi comunicarea

Sintagma *sex biologic* se referă la a fi bărbat sau femeie, mai degrabă decît la feminitate şi masculinitate. Înainte de a analiza modul în care sexul biologic influenţează comportamentul de comunicare, să investigăm mai clar ce anume este sexul biologic şi cum diferă de rolurile genurilor.

Cînd aţi fost conceput, nu eraţi nici bărbat, nici femeie. Totuşi, şapte săptămîni mai tîrziu, genele dumneavoastră au activat sexul biologic. Fiecare dintre noi are în celule 23 de perechi de cromozomi, adică lanţuri de ADN. Cea de-a 23-a pereche este alcătuită din cromozomi asociaţi cu sexul, care decid dacă sîntem femei sau bărbaţi. Cromozomii care determină sexul uman se numesc X şi Y şi moştenim cîte unul de la fiecare părinte. Mamele ne dau un cromozon X. Taţii ne dau fie un al doilea cromozom X, fie un cromozom Y, în funcţie de cel purtat de sperma lor. Cine primeşte un al doilea cromozom X devine femeie. Cine primeşte un cromozom Y devine bărbat.

Subiect de discuţie: Termenii *transsexual şi transgen* sînt folosiţi în diverse moduri. Conform grupului de susţinere Human Rights Campaign, *transgen* este un termen cu semnificaţie amplă, folosit pentru a descrie persoane care manifestă un conflict între caracteristicile sexuale biologice şi sexul cu care se identifică psihologic, iar termenul *transsexual* este mai specific, referindu-se la cei care şi-au modificat înfăţişarea şi/sau corpul (pe cale chirurgicală sau hormonală) pentru a-şi pune în acord identitatea sexuală şi caracteristicile sexuale asociate cu înfăţişarea.

Tindem să credem că „bărbat" şi „femeie" sînt singurele categorii ale sexului biologic, dar unele persoane au dificultăţi de încadrare într-unul din aceste grupuri. Înţelegerea diversităţii sub aspectul tipurilor de sex biologic ne ajută să înţelegem de ce studierea diferenţierii sexuale a comportamenului de comunicare este adesea mai complexă decît poate părea la prima vedere. Iată cîteva informaţii :

- Unele persoane manifestă un conflict între sexul cu care s-au născut şi sexul căruia simt că ar trebui să-i aparţină. De exemplu, o persoană se poate considera bărbat, deşi s-a născut femeie. Termenul *transgen* descrie o persoană care trăieşte un astfel de conflict[46]. Persoanele transgen pot apela la tratament hormonal sau la operaţii de schimbare de sex, pentru a-şi face corpul să concorde cu imaginea despre sine. Deseori, îi numim pe cei care s-au supus unor astfel de proceduri persoane *transsexuale*[47].
- Nu toată lumea se naşte fie cu cromozomi XX (femeie) sau XY (bărbat). Femeile cu sindromul Turner, de exemplu, au un singur cromozom X (XO), iar bărbaţii cu sindromul Klinefelter au un cromozom X în plus (XXY). Cercetătorii estimează că aproximativ 1 din 1.700 de oameni se naşte cu o anumită anomalie cromozomială[48].
- Nu în ultimul rînd, unii oameni au organe sexuale interne care nu corespund cu înfăţişarea lor externă. De exemplu, un copil se poate naşte cu un penis, dar are ovare în loc de testicule. Medicii numesc această situaţie *intersexualitate*, iar ea poate fi cauzată de întîrzierea dezvoltării fizice sau de probleme hormonale[49]. Astfel de persoane pot avea adesea o viaţă normală, sănătoasă, deşi incertitudinile privind sexul lor biologic corect îi pot determina pe unii oameni din mediul lor social să îi accepte mai greu[50].

Despre materiale media: Filmele *Transamerica* (2005), *Breakfast on Pluto* (*Mic dejun pe Pluto*, 2005) şi *Boys Don't Cry* (*Băieţii nu plîng niciodată*, 1999) au personaje principale transgene.

Aveţi 23 de perechi de cromozomi în aproape fiecare celulă a corpului. Cea de-a 23-a pereche determină sexul biologic. Sînteţi de genul masculin, din punct de vedere biologic, dacă această pereche de cromozomi are un cromozom X şi un cromozom Y. Dacă are o pereche de cromozomi X, sînteţi de genul feminin, din punct de vedere biologic.

Subiect de discuţie: Unii studenţi pot crede că orientarea sexuală este relevantă doar pentru comportamentul minorităţilor sexuale. Totuşi, orientarea sexuală influenţează atît comportamentul comunicaţional al heterosexualilor, cît şi al homosexualilor, bisexualilor şi asexualilor.

Asemenea rolurilor de gen, sexul biologic este o componentă fundamentală a identităţii unei persoane. Totuşi, indiferent de sexul biologic şi de rolul de gen al unei persoane, comportamentul interpersonal poate fi influenţat şi de un al treilea aspect al genului : orientarea sexuală.

Orientarea sexuală şi comunicarea

Orientarea sexuală descrie sexul sau sexele de care este atrasă sexual o persoană. Cercetătorii nu sînt de acord cu privire la gradul în care orientarea sexuală este determinată genetic (precum sexul biologic) *versus* social (precum rolurile de gen). Orientarea sexuală nu este considerată întotdeauna un aspect al genului ; dimpotrivă, un corpus tot mai mare de studii sugerează că ea influenţează comportamentul comunicaţional la fel ca rolurile de gen şi sexul biologic. Vom analiza pe scurt patru modele ale orientării sexuale : heterosexualitatea, homosexualitatea, bisexualitatea şi asexualitatea.

➲ **orientare sexuală** Trăsătură care determină sexul sau sexele de care este atrasă sexual o persoană.

HETEROSEXUALITATEA. **Heterosexualitatea** înseamnă a fi atras din punct de vedere fizic şi sentimental de persoane de sex opus. O serie de studii au confirmat că majoritatea adulţilor din cele mai multe societăţi manifestă îndeosebi atracţii şi comportamente heterosexuale[51]. Un posibil motiv pentru această tendinţă este faptul că interacţiunea heterosexuală are potenţialul de a susţine reproducerea, spre deosebire de celelalte forme de interacţiune sexuală. Un alt motiv este faptul că, în majoritatea culturilor, heterosexualitatea este forma de sexualitate care se bucură de cea mai multă aprobare socială. Prin urmare, persoanele heterosexuale din respectivele culturi se bucură de un nivel de sprijin social de care celelalte persoane nu dispun[52].

➲ **heterosexualitate** Orientare sexuală caracterizată de interes sexual faţă de membrii sexului opus.

➲ **homosexualitate** Orientare sexuală caracterizată de interes sexual față de membrii propriului sex.

HOMOSEXUALITATEA. **Homosexualitatea** înseamnă atracţia sentimentală şi sexuală faţă de membrii aceluiaşi sex. Persoanele homosexuale de sex masculin sînt numite de obicei „gay", iar persoanele feminine homosexuale sînt numite de obicei „lesbiene". Deşi contactele sexuale între membrii aceluiaşi sex survin în mai multe culturi şi perioade de timp, homosexualitatea nu a devenit o componentă recunoscută a identităţii unei persoane decît în anii 1800[53]. Anterior, nu era neobişnuit ca adulţii de acelaşi sex să doarmă în acelaşi pat sau să-şi scrie scrisori de dragoste, însă astfel de comportamente erau interpretate ca expresii ale afecţiunii, mai degrabă decît indicii ale orientării sexuale[54].

Cercetătorii au elaborat multe teorii diverse pentru a explica homosexualitatea. Unele studii s-au axat pe influenţele sociale ale părinţilor şi ale altor modele de rol, iar altele au evidenţiat diferenţele fiziologice sau genetice[55]. Conform unui sondaj naţional efectuat de Centrele pentru Controlul şi Prevenirea Bolilor (Centers for Disease Control and Prevention, CDC), 2,3% dintre bărbaţii americani cu vîrsta cuprinsă între 15 şi 44 de ani s-au identificat drept homosexuali, deşi 6,5% au declarat că avuseseră interacţiuni sexuale cu un alt bărbat. La fel, 1,3% dintre femeile americane s-au identificat drept homosexuale, deşi 11% au declarat că avuseseră interacţiuni sexuale cu o altă femeie[56].

Etica în prim-plan: În 2007, serviciul de întîlniri online eHarmony a fost dat în judecată pentru că a refuzat să-şi ofere serviciile gay-ilor, lesbienelor şi bisexualilor. În calitate de companie privată, eHarmony are obligaţia etică de a-şi pune serviciile la dispoziţia oamenilor care caută orice fel de relaţie romantică? Ar fi etic ca un serviciu de întîlniri online să-şi ofere serviciile doar gay-ilor, lesbienelor şi bisexualilor şi să-i excludă pe heterosexuali?

Întrebarea dacă adulţilor homosexuali ar trebui să li se permită să se căsătorească sau să formeze parteneriate legale constituie de un timp un subiect de dispută în Statele Unite. Argumentul împotriva oficializării relaţiilor homosexuale de cuplu implică adesea faptul că astfel de relaţii sînt inerent mai puţin stabile decît căsătoriile heterosexuale. Acest lucru este adevărat? Consultaţi caseta „Realitate sau ficţiune" şi veţi afla.

BISEXUALITATEA. **Bisexualitatea** înseamnă a fi atras în mod romantic şi/sau sexual atît de bărbaţi, cît şi de femei. Deşi bisexualii sînt atraşi într-o anumită măsură de ambele sexe, nu sînt neapărat atraşi în mod egal de ambele sexe[57]. În plus, de obicei, persoanele bisexuale nu au relaţii de cuplu pe termen lung cu membrii ambelor sexe, ci mai degrabă tind adesea să aibă o relaţie de cuplu cu un partener de un anumit sex, implicîndu-se concomitent în interacţiuni sexuale cu persoane de celălalt sex sau gîndindu-se la astfel de interacţiuni[58]. Conform sondajului menţionat anterior, efectuat de CDC, 1,8% dintre bărbaţi şi 2,8% dintre femeile din SUA se identifică drept bisexuali[59].

➲ **bisexualitate** O orientare sexuală caracterizată de interes sexual atît față de femei, cît și față de bărbați.

ASEXUALITATE. **Asexualitatea** este un termen folosit pentru a descrie persoanele foarte puţin interesate de sex. Această orientare este destul de rar întîlnită. De exemplu, într-un studiu britanic, doar 1% dintre respondenţi au afirmat că nu au fost niciodată atraşi sexual de nimeni[60]. Cercetătorii nu sînt siguri dacă asexualitatea este o afecţiune sau dacă reprezintă o altă orientare sexuală. Asexualitatea nu este totuna cu *celibatul*, care înseamnă practica abţinerii de la sex. De fapt, unele persoane asexuale au relaţii sexuale, iar majoritatea persoanelor celibatare nu sînt asexuale.

➲ **asexualitate** Orientare sexuală caracterizată prin absența generală a intereselor sexuale.

Subiect de discuţie: Celibatul este asociat de obicei cu practici religioase, ca, de exemplu, menţinerea celibatului înainte de căsătorie sau un jurămînt de celibat pentru a deveni preot sau călugăr.

Secţiunea „Pe scurt" oferă o prezentare succintă a principalelor trei componente ale genului.

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Relaţiile heterosexuale sînt mai stabile şi mai satisfăcătoare decît relaţiile gay şi lesbiene

În prezent există un dezacord foarte mare cu privire la faptul dacă adulţii homosexuali ar trebui să aibă dreptul de a se căsători. La ora actuală,căsătoriile între persoane de acelaşi sex sînt legale doar în cîteva dintre statele din SUA. În schimb, 17 state au prevederi constituţionale care le interzic. Cei care se opun căsătoriilordintre persoane de acelaşi sex susţin de mult că relaţiile dintre gay şi lesbiene sînt mai puţin stabile şi mai disfuncţionale decît relaţiile heterosexuale. Este adevărat?

În acest moment, răspunsul pare să fie nu. De fapt, o serie de studii au arătat că relaţiile de cuplu dintre persoane de acelaşi sex sînt la fel de stabile şi de satisfăcătoare, în medie, ca şi relaţiile dintre persoane de sex opus. De exemplu, un studiu a comparat răspunsurile unor femei şi bărbaţi heterosexuali şi homosexuali care aveau relaţii de cuplu serioase. După eliminarea tuturor diferenţelor asociate cu vîrsta, nivelul educaţional, etnia şi durata relaţiei, cercetătorii nu au descoperit diferenţe între răspunsurile heterosexualilor şi ale homosexualilor sub aspectul gradului de intimitate al relaţiei şi al satisfacţiei.

Aceste descoperiri nu sugerează că toate cuplurile de gay şi lesbiene sînt fericite şi lipsite de probleme. Totuşi, ele arată că relaţiile dintre persoane de acelaşi sex pot fi la fel de stabile şi de satisfăcătoare ca relaţiile heterosexuale. Indiferent de convingerile dumneavoastră personale cu privire la moralitatea relaţiilor homosexuale, argumentul că tind să fie disfuncţionale nu rezistă în faţa dovezilor.

Întrebaţi-vă

- Ce poziţie aveţi faţă de acest subiect? Ce tip de dovezi vi se pare mai convingător?
- Ce anume credeţi că aduce stabilitate şi satisfacţie într-o relaţie?

Sursa: Kurdek, L.A. (1992). Relationship stability and relationship satisfaction in cohabiting gay and lesbian couples: A prospective longitudinal test of the contextual and interdependence models. *Journal of Social and Personal Relationships*, 9, pp. 125-142.

PE SCURT • TREI COMPONENTE ALE GENULUI

Rolurile de gen • Orientare psihologică către masculinitate, feminitate sau androginie
Sexul biologic • Caracteristici biologice care deosebesc femeile de bărbaţi
Orientare sexuală • Atracţie sexuală faţă de persoanele de sex opus, de acelaşi sex, de ambele sexe sau faţă de nici unul dintre sexe

Cîteva explicaţii privind comunicarea influenţată de gen

Din cînd în cînd, este posibil să aveţi impresia că a discuta cu o persoană de sex opus este ca şi cum aţi discuta cu un extraterestru. Autorul popular John Gray a descris acest sentiment în cartea sa *Men Are from Mars, Women Are from Venus* (*Bărbaţii sînt de pe Marte, femeile de pe Venus*)[61]. Potrivit lui Gray, „Bărbaţii şi femeile diferă sub toate aspectele existenţei lor. Nu numai că bărbaţii şi femeile comunică diferit, dar gîndesc, simt, percep, reacţionează, răspund, iubesc, au necesităţi şi apreciază în mod diferit. Aproape par să fie de pe planete diferite, vorbind limbi diferite şi avînd nevoie de hrană diferită"[62].

Experţii în comunicare nu merg atît de departe ca Gray, pretinzînd că bărbaţii şi femeile ar putea foarte bine să fie de pe planete diferite. Totuşi, unii cercetători, inclusiv Julia Wood, specialistă în comunicare, şi lingvista Deborah Tannen, susţin că femeile şi bărbaţii constituie *culturi de gen* diferite, fiecare sex avînd o cultură distinctă, cu propriile sale reguli şi valori[63]. Diferenţa fundamentală dintre cele două culturi constă în faptul că fiecare sex apreciază componente

Subiect de discuţie: Fără îndoială, frumuseţea intuitivă a metaforei lui Gray a contribuit la succesul său comercial. Totuşi, unii specialişti au evidenţiat faptul că unele dintre afirmaţiile făcute de Gray pur şi simplu nu rezistă în faţa dovezilor. Prin urmare, deşi sînt atrăgătoare din punct de vedere intuitiv, ele sînt inexacte.

diferite ale relaţiilor. Mai precis, femeile sînt învăţate să valorizeze comunicarea aspectelor intime şi sprijinul emoţional, în timp ce bărbaţii sînt învăţaţi să valorizeze comunicarea activităţilor.

De exemplu, cînd Zach şi prietenul lui Sergio se întîlnesc, îşi ocupă timpul cu o activitate în comun, de exemplu, fac o plimbare sau urmăresc o cursă auto la TV, deoarece, pentru ei, a participa împreună la activităţi este o modalitate de a crea legături. Uneori discută despre subiecte personale, dar conversaţia lor este mai puţin importantă decît participarea împreună la activităţi. Pentru soţia lui Zach, Aisha, şi pentru prietena sa Thérèse timpul petrecut împreună tinde însă să fie consacrat conversaţiei. Orice activitate ar putea face în comun este adesea mai puţin importantă decît conversaţia în sine.

Conceptul de culturi de gen mai înseamnă şi că, atunci cînd femeile şi bărbaţii comunică între ei, fiecare aduce propriile sale reguli şi valori. Deoarece aceste reguli şi valori diferă, rezultatul este adesea o *ciocnire între genuri*, sau experienţa modului în care fiecare sex nu îl înţelege pe celălalt[64]. De exemplu, cînd fiica lui Sergio urma un tratament pentru leucemie, Aisha nu înţelegea de ce Zach nu îl invita pe Sergio la el „doar ca să stea de vorbă", ci îl invita în schimb la un meci de baseball. Acea acţiune i se părea Aishei lipsită de consideraţie ; ea credea că Zach ar trebui să fie un prieten mai bun pentru Sergio, să-l determine să-şi dezvăluie sentimentele. Totuşi, după cum a explicat Zach, a merge la meci şi a sta împreună cu Sergio, fără aşteptări privind o conversaţie profundă, era modul său de a-i arăta lui Sergio că are sentimente faţă de situaţia respectivă. De asemenea, a asigurat-o pe Aisha că Sergio va interpreta comportamentul său în acest mod.

Din cînd în cînd, este posibil să aveți impresia că a discuta cu o persoană de sex opus este ca și cum ați discuta cu un extraterestru.

Fără îndoială, comunicarea dintre genuri poate pune dificultăţi, iar o serie de comportamente comunicaţionale par să fie influenţate de sex, rolurile de gen şi/sau orientarea sexuală. Totuşi, unii cercetători nu sînt de acord că sexele constituie culturi diferite. De exemplu, specialiştii în comunicare Brant Burleson şi Adrianne Kunkel au arătat că ideea „culturilor diferite" nu este bine argumentată cu dovezi[65]. O serie de studii au relevat că femeile şi bărbaţii sînt mai degrabă asemănători decît diferiţi sub aspectul formelor de comunicare pe care le valorizează[66]. Într-adevăr, absenţa dovezilor ştiinţifice în sprijinul ipotezei culturilor bazate pe gen a determinat-o pe Kathryn Dindia, cercetătoare în domeniul comunicării, să susţină o metaforă mai puţin radicală pentru comunicarea dintre genuri : „Bărbaţii sînt din Dakota de Nord, femeile din Dakota de Sud"[67].

Cercetarea în prim-plan: Studiile referitoare la adulții din SUA evidențiază că bărbații și femeile nu se deosebesc sub aspectul gradului de apropiere pe care îl atribuie prieteniilor cu membrii aceluiași sex. Ei diferă mai degrabă din perspectiva a ce anume face ca prieteniile lor să fie strînse. Conversațiile sînt mai importante pentru femeile prietene decît pentru bărbații prieteni, în timp ce activitățile comune sînt mai importante pentru bărbați decît pentru femei[iii].

[iii] Parks, M.R., Floyd, K. (1996). Meanings for closeness and intimacy in friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 13, pp. 85-107.

Fiecare dintre aceste perspective – faptul că sexele provin de pe planete diferite, că reprezintă culturi diferite şi că au mai multe asemănări decît deosebiri – sînt atractive în felul lor. De fapt, este uşor pentru mulţi dintre noi să sesizăm diferenţe între sexe, sub aspectul comunicării, peste tot în jur. Faptul că în multe societăţi diferenţele dintre sexe constituie un subiect al glumelor, comediilor şi serialelor de televiziune ne amplifică probabil tendinţa de a considera diferenţele dintre sexe ca fiind mari şi omniprezente.

Totuşi, simplul fapt că o idee este intuitivă sau pare să ne reflecte experienţa personală nu înseamnă că ideea respectivă este justă. Acesta este unul dintre motivele pentru care cercetarea ştiinţifică este atît de importantă : ne permite să ne supunem ideile unei analize riguroase. Cele mai bune dovezi ştiinţifice ne arată că sexul, rolurile de gen şi orientarea sexuală joacă un rol în modul în care comunică oamenii, dar nu un rol atît de mare cum am putea crede. Femeile şi bărbaţii diferă între ei în multe feluri – ca şi persoanele masculine, feminine şi

androgine, ca şi persoanele heterosexuale, homosexuale, bisexuale şi asexuale. Totuşi, în ceea ce priveşte comportamentul comunicaţional, sîntem mai degrabă asemănători decît diferiţi. Conform studiilor, afirmaţia lui Gray că femeile şi bărbaţii „diferă sub toate aspectele vieţilor lor" poate fi exagerată. Într-adevăr, sesizăm mai uşor diferenţele dintre noi decît asemănările, dar dovezile ştiinţifice sugerează că, în calitate de comunicatori, nu sîntem atît de diferiţi cum ne considerăm adesea.

ÎNVĂŢAŢI Prin ce se deosebesc şi se aseamănă masculinitatea, feminitatea şi androginia? Cum influenţează diferenţele de ordin psihologic, genetic şi anatomic sexul biologic? Ce anume este orientarea sexuală? Care sînt principalele modalităţi de exprimare a comunicării diferenţiate pe genuri şi în ce măsură dovezile ştiinţifice vin în sprijinul acestor afirmaţii?

APLICAŢI În grupuri mici sau împreună cu colegii, creaţi un forum de discuţii sau un blog, pentru a identifica modurile în care sînt impuse şi consolidate comportamentele comunicaţionale masculine şi feminine în societatea dumneavoastră. Luaţi în considerare nu numai familia, sistemul şcolar, religia şi mass-media, ci şi alte aspecte ale vieţii sociale care îi învaţă pe oameni să comunice în moduri specifice genurilor.

REFLECTAŢI Ce părere aveţi despre persoanele a căror orientare sexuală diferă de a dumneavoastră? Ce influenţă credeţi că au sentimentele respective asupra comunicării dumneavoastră cu astfel de persoane? Care sînt cele mai mari dificultăţi pe care le-aţi observat în comunicarea dintre bărbaţi şi femei?

4. Influenţa genului asupra comunicării

Evident, rolurile de gen, sexul biologic şi orientarea sexuală influenţează toate modul în care comunicăm. În această secţiune, vom analiza diferenţele la nivel de limbaj (folosirea cuvintelor vorbite şi scrise) şi la nivel de comportamente nonverbale (modurile în care comunicăm fără cuvinte), pentru a afla anumite lucruri despre modul în care aceste aspecte diferite ale genului afectează interacţiunea noastră cu ceilalţi.

Înainte să continuăm, trebuie să ţinem cont de două aspecte importante. În primul rînd, deşi genul include influenţele sexului biologic, ale rolurilor de gen şi ale orientării sexuale, majoritatea studiilor despre care vom discuta au comparat pur şi simplu comportamentele comunicaţionale ale bărbaţilor şi femeilor. În consecinţă, ştim destul de multe despre diferenţele dintre sexe, dar destul de puţine despre efectele rolurilor de gen şi ale orientării sexuale asupra comunicării. În al doilea rînd, deşi unele comportamente diferă de la un sex la altul, alte comportamente nu diferă. În plus, unele diferenţe dintre sexe sînt mari, însă multe altele sînt relativ mici. În ultimii ani, o serie de cercetători au făcut apel la prudenţă în analizarea diferenţelor comportamentale dintre sexe, astfel încît să nu le exagerăm dincolo de ceea ce susţin dovezile[68].

În cultura americană din SUA, femeile practică adesea conversaţiile expresive, considerînd comunicarea o modalitate de a crea intimitate.

Genul şi comunicarea verbală

Conform studiilor, genul influenţează atît conţinutul, cît şi stilul exprimării noastre. Să analizăm trei efecte ale genului:

- vorbirea expresivă şi instrumentală;
- limbajul şi puterea;
- stiluri lingvistice specifice genurilor.

VORBIREA EXPRESIVĂ ȘI INSTRUMENTALĂ. Unii specialişti în comunicare argumentează că femeile şi bărbaţii cresc în „comunităţi de limbaj diferite", adică au norme şi convingeri diferite cu privire la scopul comunicării[69]. Ideea este asemănătoare cu teoria culturii diferenţiate pe genuri, dar se axează mai clar pe diferenţele sub aspectul comportamentelor de vorbire şi comunicare. Mai precis, aceşti cercetători consideră că femeile au o socializare care le determină să practice **vorbirea expresivă**, adică sînt învăţate să considere comunicarea drept principalul mod de a crea apropiere şi intimitate, în cadrul relaţiilor. În schimb, bărbaţii sînt învăţaţi să practice **vorbirea instrumentală** sau să considere comunicarea o modalitate de a rezolva problemele şi de a se achita de sarcini[70].

⊃ **vorbire expresivă** Comunicare verbală al cărei scop este exprimarea emoţiilor şi construirea relaţiilor.

⊃ **vorbire instrumentală** Comunicare verbală al căreiscop esterezolvarea problemelor şi îndeplinirea sarcinilor.

Pentru a înţelege aceste diferenţe de comunicare asociate cu sexul, vom analiza următorul scenariu. Shannon a observat că ori de cîte ori discută cu colegul ei de serviciu Max despre o problemă, el îi răspunde întotdeauna precizîndu-i ce ar trebui să facă pentru a o rezolva. Următorul dialog ilustrează această situaţie.

Shannon: Şeful meu dă toată vina pe mine pentru că am pierdut unul dintre cele mai mari conturi ale noastre – dar este numai şi numai vina lui! El e cel care nu-i sună niciodată la rîndul lui pe clienţi şi nu m-a lăsat să-l ajut anul trecut, cînd unul dintre transporturile lor a avut întîrziere.
Max: Ar trebui să-l suni pe managerul regional şi să-i spui ce se întîmplă. Arată-i documentele ordinului care a avut întîrziere şi îşi va da seama că ai încercat să fii de ajutor.

Răspunsul lui Max este un bun exemplu de vorbire instrumentală. Cînd Shannon explică problema, Max o consideră o cerere de ajutor şi îi sugerează cum poate îmbunătăţi situaţia. Comparaţi răspunsul lui Max cu răspunsul primit de Shannon cînd îi comunică problema surorii ei, Sabrina :

Sabrina: Este nedrept! Îmi pare rău că dă vina pe tine – probabil eşti foarte frustrată, mai ales că este în primul rînd vina lui.

Reacţia Sabrinei este un exemplu de vorbire expresivă. În loc să sugereze cum ar putea rezolva Shannon problema, Sabrina identifică sentimentele lui Shannon şi îşi exprimă propria insatisfacţie vizavi de frustrarea lui Shannon. Conform unor specialişti în comunicare, precum Julia Wood, aceasta este o diferenţă comună dintre femei şi bărbaţi. Cu alte cuvinte, pentru femei, scopul comunicării problemelor este exprimarea sentimentelor. Din această perspectivă, un prieten bun ar trebui să asculte şi să empatizeze. În schimb, pentru bărbaţi, scopul comunicării problemelor este primirea de sfaturi în vederea rezolvării lor. Din această perspectivă, un prieten bun ar trebui să-şi ofere opiniile cu privire la ce trebuie făcut[71]. Caseta „Aveţi aptitudini ?" oferă sugestii pentru îmbunătăţirea capacităţii de a vorbi expresiv.

În viaţa de zi cu zi: Înţelegerea diferenţei dintre vorbirea expresivă şi vorbirea instrumentală îi poate ajuta pe bărbaţi şi pe femei să comunice mai bine. Bărbaţii ar trebui să ţină minte faptul că, atunci cînd femeile îşi comunică problemele, ele nu caută neapărat soluţii. De asemenea, femeile ar trebui să-şi amintească faptul că, atunci cînd bărbaţii oferă soluţii, ei consideră acest lucru o modalitate de a acorda sprijin.

AVEŢI APTITUDINI ?			
VORBIREA EXPRESIVĂ **Învăţaţi să folosiţi vorbirea expresivă în situaţii adecvate.**			
Ce ?	**De ce ?**	**Cum ?**	**Încercaţi !**
Exersaţi vorbitul în scopul exprimării emoţiilor şi al consolidării relaţiilor.	Pentru a le comunica altora - de exemplu, prietenilor apropiaţi sau colegilor de serviciu - că ţineţi la ei şi vă pasă de ceea ce spun.	1. Cînd cineva vă descrie o problemă, încercaţi să nu vă gîndiţi la modalităţi de a o rezolva. 2. Concentraţi-vă în schimb asupra emoţiilor pe care le simte probabil vorbitorul. 3. În răspunsul dumneavoastră, descrieţi cum credeţi că se simte vorbitorul.	Prietenul dumneavoastră vine în vizită, plîngîndu-se de vandalismul din cartier. Răspundeţi-i exprimîndu-vă emoţiile.
ANALIZAŢI : *În ce mod contribuie vorbirea expresivă la consolidarea relaţiilor ?*			

Cum socializează bărbaţii şi femeile în comunităţi care vorbesc diferit ? Una dintre primele influenţe pare să fie cea a jocurilor pe care le joacă în copilărie. Dacă vă gîndiţi la copilărie, probabil vă aduceţi aminte că, la vîrste mici, majoritatea copiilor se jucau numai cu alţii copii de acelaşi sex şi că băieţii şi fetele jucau jocuri foarte diferite[72]. Jocurile băieţilor, de exemplu, fotbalul şi construirea de machete, pun accent pe structură, reguli şi competiţie. Jocurile fetelor, de exemplu, joaca de-a casa şi săritul coardei, pun accent pe cooperare, sensibilitate şi flexibilitate. O posibilă consecinţă a acestor tipare este faptul că băieţii învaţă să folosească limbajul pentru a da instrucţiuni şi pentru a comunica informaţii, iar fetele învaţă să folosească limbajul pentru a-şi exprima sentimentele şi pentru a consolida camaraderii[73].

În ceea ce priveşte orientarea sexuală, stereotipiile comune ca, de exemplu, faptul că bărbaţii gay ar fi efeminaţi, iar lesbienele masculinizate ar sugera că bărbaţii gay se implică în dialoguri mai degrabă expresive şi mai puţin instrumentale, în comparaţie cu bărbaţii heterosexuali, în timp ce lesbienele se implică în daloguri mai degrabă instrumentale şi mai puţin expresive, în comparaţie cu femeile heterosexuale. Cercetările arată că aceste predicţii sînt corecte[74]. Este important faptul că observaţia nu înseamnă că bărbaţii gay vorbesc precum femeile sau lesbienele vorbesc precum bărbaţii, ci mai degrabă că tiparele de vorbire ale bărbaţilor homosexuali sînt mai expresive şi mai puţin instrumentale, în comparaţie cu cele ale bărbaţilor heterosexuali, şi că modul de a vorbi al lesbienelor are un caracter instrumental mai pregnant şi mai puţin expresiv decît cel al femeilor heterosexuale.

Limbaj şi putere. Timp de mulţi ani, cercetătorii au observat că bărbaţii şi femeile vorbesc între ei într-un stil care reflectă modul în care discută unii cu alţii superiorii şi subordonaţii[75]. Comportamentele verbale marcate de putere, precum cele utilizate de superiori, includ a vorbi mai mult, a întrerupe mai des, a da mai multe instrucţiuni şi a exprima mai multe opinii. Comportamentele verbale marcate de mai puţină putere, precum cele folosite de subordonaţi, includ a adresa mai puţine întrebări, a folosi mai multe atenuări („cam aşa", „e posibil") şi dezvinovăţiri („E posibil să mă înşel, dar...") şi a vorbi mai puţin, în general.

Într-o evaluare amănunţită a studiilor actuale, specialistele în comunicare Pam Kalbfleisch şi Anita Herold au descoperit că, în ansamblu, bărbaţii americani folosesc forme de exprimare mai puternice decît femeile americane[76]. De exemplu, potrivit unor studii, contrar stereotipurilor, bărbaţii vobesc adesea la fel de mult ca femeile, aşa cum se explică în caseta „Realitate sau

Limbajul este descris ca fiind marcat de mai multă sau mai puțină putere, pe baza comportamentelor comunicaționale precum întreruperea, indicațiile, exprimarea opiniilor, adresarea de întrebări, folosirea dezvinovățirilor și vorbitul mai mult sau mai puțin. Din perspectiva limbajului și a puterii, cum ați caracteriza stilurile celor trei membri ai juriului de la emisiunea „American idol"?

ficțiune?". De fapt, bărbații vorbesc deseori *mai mult* decît femeile, mai ales despre subiecte impersonale, de exemplu, banii sau serviciul[77]. De asemenea, bărbații întrerup mai frecvent, dau mai multe indicații și exprimă mai multe opinii – toate acestea fiind caracteristici ale unui discurs marcat de putere[78]. În schimb, femeile utilizează limbajul acordînd mai multă atenție celor din jur[79]. În comparație cu bărbații, femeile pun mai multe întrebări și folosesc mai multe dezvinovățiri și atenuări în vorbire[80].

Următorul schimb de replici dintre doi colegi de la o firmă de publicitate ilustrează forme de comunicare marcate de mai multă, respectiv mai puțină putere.

> *Emelie*: Nu știu dacă e o idee bună, dar au impresia că ar trebui să ținem secrete noile sloganuri ale reclamelor pînă relansăm campania de marketing, nu-i așa?
> *Stefan*: Află ce vrea clientul și apoi decidem. Sloganurile nu sînt foarte bune oricum. Trebuie să mai cooptăm în acest proiect cîțiva reprezentați noi de vînzări și să găsim idei inedite.

În acest schimb de replici, Emelie începe cu o dezvinovățire („Nu știu dacă e o idee bună"), apoi atenuează opinia („am impresia"); iar apoi conchide printr-o întrebare care solicită validare din partea celorlalți („nu-i așa?"). În schimb, cuvintele lui Stefan formulează ordine („Află ce vrea clientul") și opinii („Sloganurile nu sînt foarte bune"). De asemenea, spre deosebire de Emelie, Stefan nu-și finalizează replica întrebînd dacă alții sînt de acord cu el. Conversația lor exemplifică forme de vorbire marcate de mai puțină putere (Emelie) și de mai multă putere (Stefan).

Deși descoperirile studiilor sînt importante, țineți minte două lucruri. În primul rînd, descoperirile nu se aplică în mod egal fiecărei femei și fiecărui bărbat. Există femei care folosesc stiluri de comunicare foarte puternice și bărbați ale căror stiluri lingvistice sînt mai puțin puternice. Ori de cîte ori comparăm astfel de grupuri (de exemplu, femeile și bărbații), ne axăm îndeosebi pe diferențele generale. Evident, pot exista multe excepții individuale la orice diferențe descoperim. În al doilea rînd, deși un bărbat folosește tipare de exprimare marcate de mai multă putere decît o femeie, nu înseamnă neapărat că el *este* mai puternic. Mai degrabă, el folosește tiparele de vorbire tipice bărbaților din societatea noastră.

Subiect de discuție: Unora dintre studenți le va fi greu să creadă această concluzie, deoarece se vor gîndi imediat la exemple contrare. Subliniați faptul că această descoperire, asemenea multor descoperiri științifice, nu li se aplică tuturor femeilor și bărbaților, ci doar diferenței medii dintre sexe. De asemenea, acest studiu a înregistrat pur și simplu numărul de cuvinte rostite pe zi, drept indiciu al comunicativității. Este posibil ca unul dintre sexe să fie mai vorbăreț decît celălalt în anumite situații sociale.

Un exemplu deosebit de problematic al diferenței dintre vorbirea marcată de putere și vorbirea lipsită de putere îl constituie folosirea *violenței lingvistice*, limbajul care degradează și dezumanizează un grup de oameni[81]. De exemplu, o modalitate de exprimare a caracterului marcat de putere al vorbirii bărbaților constă în termenii care aseamănă femeile cu un obiect și le jignesc[82]. Folosirea limbajului pentru a intimida alți oameni poate constitui un tip de violență emoțională, în același mod în care lovitul poate constitui un tip de violență fizică. De asemenea, violența lingvistică este direcționată adesea împotriva homosexualilor, a bisexualilor și/sau a persoanelor transgen. Aceste comunități sînt adesea *marginalizate*, adică sînt supuse unor discriminări și prejudecăți injuste, pe baza orientării lor sexuale sau a identității de gen[83].

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Femeile sînt mai vorbăreţe decît bărbaţii

În ceea ce priveşte diferenţele de comunicare, stereotipul cel mai comun este probabil că femeile sînt mai vorbăreţe decît bărbaţii. Această idee este realitate sau ficţiune?

O serie de studii atent efectuate ne arată că este falsă. Adevărul este că femeile şi bărbaţii rostesc cam acelaşi număr de cuvinte pe zi: aproximativ 16.000, în medie. Studiul care a făcut această descoperire a fost realizat între anii 1998 şi 2005, fiind implicaţi aproximativ 400 de studenţi de la universităţi din Statele Unite şi Mexic. Fiecare participant purta un dispozitiv numit recorder activat electronic. Acesta permite înregistrarea digitală a vocii, identificînd – fără a interfera – interacţiunile unei persoane cu ceilalţi, în lumea reală, înregistrînd fragmente audio de cîte 30 de secunde o dată la fiecare 12,5 minute, cînd persoana respectivă este trează. Cercetătorii au transcris apoi fiecare înregistrare şi au numărat cuvintele rostite, analizîndu-le din perspectiva procentului de perioadă de veghe înregistrat de dispozitiv.

Cînd cercetătorii au comparat rezultatele din perspectiva sexului, au descoperit că femeile şi bărbaţii rostesc, în medie, 16.215, respectiv 15.669 de cuvinte pe zi. Aceste totaluri nu erau semnificativ diferite, fapt care arată că stereotipul conform căruia femeile sînt mai vorbăreţe decît bărbaţii este mai degrabă fals decît adevărat.

Întrebaţi-vă

- De ce persistă stereotipul că femeile sînt mai vorbăreţe?
- Ce alte stereotipuri despre sex şi comunicare credeţi că ar putea fi neadevărate?

Sursa: Mehl, M.R., Vazire. S., Ramírez-Esparza, N., Slatcher, R.B., Pennebaker, J.W. (2007). Are women really more talkative than men? *Science*, 317. p. 82.

Stiluri lingvistice de gen. Pe lîngă diferenţele de gen privind scopurile (expresiv *versus* instrumental) şi vorbirea marcată de putere, studiile sugerează că bărbaţii şi femeile diferă şi din alte perspective ale tiparelor de vorbire, sau *stiluri lingvistice*. De exemplu, femeile tind, mai degrabă decît bărbaţii, să folosească pronume de persoana întîi şi a treia („noi", „ei) şi să facă referire la emoţii („jignit", „speriat") cînd vorbesc. De asemenea, ele folosesc mai multe adverbe intensificatoare, descriind de exemplu pe cineva ca fiind „foarte" înalt şi „atît de" isteţ. Totodată, femeile formulează fraze mai lungi decît bărbaţii, în medie[84]. Carmen, de exemplu, şi-ar descrie astfel noua locuinţă:

> Noua noastră casă ne place mult! Are o curte foarte largă, unde copiii din vecinătate se pot juca, şi două camere foarte mari de oaspeţi la parter, pentru cînd vom avea musafiri. De asemenea, avem o bucătărie foarte frumoasă, iar dormitorul matrimonial este atît de spaţios!

Stilul lingvistic al bărbaţilor utilizează mai frecvent autoreferinţele (afirmaţii care încep cu „eu") şi adjective evaluative precum „bun" sau „inutil". În comparaţie cu femeile, bărbaţii folosesc mai multe referiri la cantitate, de exemplu, îi informează pe ceilalţi că un lucru „costă 400 de lire" sau că cineva are „doi metri înălţime". De asemenea, bărbaţii tind, mai degrabă decît femeile, să folosească afirmaţii privind locaţia („e în spate") şi propoziţii incomplete („Bine!")[85]. De exemplu, soţul lui Carmen, Diego, ar putea descrie astfel noua lor locuinţă:

Subiect de discuţie: Comparativ, femeile tind mai degrabă să spună că un lucru „costă mult" sau că o persoană este „foarte înaltă". Diferenţa dintre sexe constă în tendinţa de a folosi numerele ca referire la cantitate.

> Casa este foarte mare. Are 200 de metri pătraţi, plus un garaj separat pentru trei maşini. Are un teren de aproximativ 6.000 de metri pătraţi. Am obţinut şi o ipotecă bună. 4,1% pe 30 de ani.

În aceste exemple, Carmen foloseşte pronumele „noi", în timp ce Diego foloseşte pronumele „eu". De asemenea, Carmen foloseşte adverbe intensificatoare („curte foarte largă", „două camere foarte mari de oaspeţi"), în timp ce Diego face referiri foarte clare la cantitate („200 de metri pătraţi", „un teren de aproximativ 6.000 de metri pătraţi"). De asemenea, frazele lui Carmen sînt, în medie, mai lungi decît ale lui Diego, iar Diego foloseşte o propoziţie

incompletă („4,1% pe 30 de ani"). Doar cîteva studii au analizat dacă aceste tipare sînt influenţate de orientarea sexuală, iar majoritatea rezultatelor arată că nu este astfel[86]. Încă nu este clar dacă rolul genurilor influenţează utilizarea acestor stiluri lingvistice.

Genul şi comunicarea nonverbală

Folosim o serie de comportamente *nonverbale* – manifestate fără cuvinte – pentru a comunica. Printre comportamentele nonverbale se numără gesturile, expresiile faciale, tonul vocii şi convenţiile despre distanţa socială. Pentru a înţelege cum influenţează genul comunicarea nonverbală, să analizăm trei aspecte specifice:

- atingerile şi mişcările corporale;
- comunicarea emoţională;
- comportamentul afectuos.

Subiect de discuţie: Studenţii pot avea tendinţa de a considera că atingerea include doar contactele tandre, afective (de exemplu, îmbrăţişările). Evidenţiaţi faptul că orice contact dintre persoane constituie o atingere, inclusiv atingerile ritualice (de exemplu, strîngerile de mînă) şi contactele agresive.

Atingerile şi mişcările corporale. Atingerea este o formă importantă de comunicare nonverbală, deoarece poate exprima căldură şi intimitate, precum şi putere şi dominaţie (după cum vom vedea în capitolul 6). Multe studii au arătat că femeile şi bărbaţii au tipare diferite de comportament tactil. Analizînd cîteva astfel de studii, o echipă de cercetători a descoperit că diferenţele dintre sexe, sub aspectul atingerilor, depind de contextul relaţiei în care se realizează atingerile, respectiv dacă sînt implicaţi doi adulţi sau un adult şi un copil[87].

Cînd interacţionează doar adulţii, cercetătorii au descoperit că:

- Bărbaţii tind mai degrabă să atingă femeile, decît femeile pe bărbaţi, dacă atingerea nu survine în cadrul salutului (de exemplu, o strîngere de mînă).
- Atingerile dintre persoane de sex opus sînt mai comune decît atingerile dintre persoane de acelaşi sex.
- În perechile de acelaşi sex, femeile se ating mai des decît bărbaţii, dar diferenţa este mai mică în cadrul prieteniilor apropiate decît între cunoştinţe.

În general, aceste rezultate arată că bărbaţii practică atingerile într-o măsură mai mare decît femeile, în relaţia cu persoanele de sex opus, în timp ce femeile practică atingerile într-o măsură mai mare în relaţiile cu persoanele de acelaşi sex.

Aceste tipare sînt oarecum diferite cînd una dintre persoane este un copil:

- Atingerile dintre persoane de acelaşi sex sînt mai comune decît atingerile cu o persoană de sex diferit.
- Mai degrabă decît bărbaţii, femeile tind să iniţieze atingerile.
- Există aproximativ aceleaşi şanse ca băieţii şi fetele să fie atinşi.

Aceste tipare mai pot fi influenţate şi de cultură. În culturile feminine, de exemplu, femeile şi bărbaţii se pot comporta mai asemănător decît în culturile masculine.

Pe lîngă atingeri, sexul pare să influenţeze şi alte tipuri de mişcări corporale. În comparaţie cu femeile, bărbaţii folosesc mai multe mişcări corporale, preferă o distanţă socială mai mare şi încearcă mai mult să-şi conserve spaţiul personal, cînd acesta este încălcat[88]. Totodată, mişcările bărbaţilor sînt mai relaxate. Atît femeile, cît şi bărbaţii par să aibă o postură şi o gesticulaţie mai relaxată cînd discută cu bărbaţi decît cînd discută cu femei[89].

Cercetarea în prim-plan: Preferinţele copiilor de a atinge persoane de acelaşi sex se manifestă în contextul preferinţei lor generale de a interacţiona cu alte persoane de acelaşi sex (de exemplu, în cadrul jocurilor etc.)[iv].

[iv] Vezi, de exemplu, Maccoby, E.E. (1988). Gender as a social category. *Developmental Psychology*, 24, pp. 755-765.

Totuşi, din perspectiva spaţiului personal, unele dovezi arată că rolurile de gen, mai degrabă decît sexul biologic (sau orientarea sexuală) constituie factorul cel mai influent. De exemplu, conform unui experiment, persoanele masculine (fie bărbaţi, fie femei) păstrează o distanţă socială mai mare faţă de ceilalţi, în comparaţie cu persoanele feminine (fie bărbaţi, fie femei)[90].

COMUNICAREA EMOŢIONALĂ. Conform stereotipurilor comune, am crede că femeile sînt mai emotive decît bărbaţii. Deseori ne aşteptăm ca femeile să plîngă mai mult decît bărbaţii la filmele triste, de exemplu, şi să-şi exprime mai mult sentimentele faţă de ceilalţi, comparativ cu bărbaţii. Într-adevăr, conform unui sondaj Gallup din 2001, adulţii din Statele Unite tind într-o măsură mult mai mare să folosească termenul *emotiv* pentru a descrie femeile decît bărbaţii[91].

Chiar dacă femeile sînt mai emotive decît bărbaţii, ce anume înseamnă acest lucru? Înseamnă că femeile simt mai multe emoţii decît bărbaţii sau că sînt mai dispuse să-şi exprime emoţiile pe care le simt? Mai mult, dacă femeile sînt mai expresive decît bărbaţii, această diferenţă se aplică la toate tipurile de emoţii sau doar la unele? Să analizăm ce ne dezvăluie studiile cu privire la efectele apartenenţei la un anumit sex asupra comunicării emoţionale.

Pentru început, în general, femeile exprimă mai multe emoţii pozitive – de exemplu, fericire şi bucurie – decît bărbaţii[92]. Cel mai elementar comportament pe care îl folosim pentru a comunica emoţii pozitive este zîmbetul, iar unele studii relevă că femeile zîmbesc mai mult decît bărbaţii[93]. De asemenea, femeile folosesc mai multe *comportamente de afiliere* decît bărbaţii. Comportamentele de afiliere demonstrează sentimente de apropiere sau de ataşament faţă de altcineva. Printre comportamentele frecvente de afiliere se numără contactul vizual, încuviinţările din cap, expresiile faciale plăcute şi tonurile vocale calde[94]. Studiile sugerează chiar că femeile tind într-o măsură mai mare decît bărbaţii să-şi exprime emoţiile pozitive în mesajele de tip e-mail prin intermediul „emoticoanelor"[95].

În ceea ce priveşte emoţiile negative însă, diferenţele dintre sexe par să varieze din perspectiva emoţiilor pe care le analizăm. Conform unor studii, bărbaţii au o tendinţă mai pronunţată decît femeile să-şi exprime mînia, dar alte studii nu au relevat diferenţe[96]. Bărbaţii par să exprime gelozia în moduri mai intense decît femeile, manifestînd comportamente periculoase, agresive, de exemplu, abuzul de alcool, confruntarea cu un rival şi implicarea într-o relaţie sexuală cu altcineva[97]. Femeile tind însă într-o măsură mai mare decît bărbaţii să-şi exprime emoţii precum tristeţea şi deprimarea[98].

Subiect de discuţie: Studenţii pot crede că expresivitatea emoţională implică doar emoţii pozitive. Arătaţi-le că şi exprimarea mîniei, a geloziei sau a altor emoţii negative este tot un exemplu de expresivitate emoţională.

Simt într-adevăr femeile mai multe emoţii decît bărbaţii sau pur şi simplu sînt mai dispuse să le exprime? În două studii, cercetătorii Ann Kring şi Albert Gordon au descoperit că, deşi femeile sînt mai expresive decît bărbaţii, ele nu au afirmat că au simţit mai multe emoţii decît bărbaţii. Mai degrabă, bărbaţii şi femeile au afirmat că simt acelaşi nivel de emoţii. Femeile pur şi simplu îşi exprimă sentimentele mai frecvent şi mai deschis, în timp ce bărbaţii tind să îşi mascheze sentimentele[99].

Deşi majoritatea studiilor privind genul şi emoţiile se axează pe sexul biologic, unele studii au relevat influenţa rolurilor de gen sau a orientării sexuale. Într-un studiu, participanţii au făcut declaraţii cu privire la rolurile lor de gen psihologice. După aceea, au urmărit fragmente de filme care induceau emoţii, iar cercetătorii le-au filmat şi apoi le-au analizat expresiile faciale. Cercetătorii au descoperit că atît femeile, cît şi bărbaţii erau mai expresivi din punct de vedere emoţional dacă erau androgini decît dacă erau îndeosebi masculini sau feminini[100].

Într-un alt experiment, cupluri de lesbiene şi gay au participat la discuţii conflictuale într-un laborator, în timp ce expresiile lor faciale erau filmate. Cercetătorii au descoperit că, în comparaţie cu bărbaţii gay, lesbienele tindeau într-o mai mare măsură să-şi exprime atît emoţiile pozitive, cît şi cele negative. Această descoperire sugerează că diferenţele legate de sexul

biologic în ceea ce priveşte exprimarea emoţiilor – adică faptul că femeile sînt mai expresive decît bărbaţii – nu este influenţat de fapt de orientarea sexuală[101].

COMPORTAMENTUL AFECTUOS. *Comunicarea afectuoasă* include comportamentele pe care le utilizăm pentru a ne exprima dragostea şi aprecierea pentru persoanele la care ţinem. Conform unor studii, femeile folosesc mai multe comportamente afectuoase nonverbale – de exemplu, îmbrăţişările, atingerile şi ţinutul de mînă – decît bărbaţii[102]. Această observaţie pare să fie adevărată îndeosebi în relaţiile dintre persoane de acelaşi sex. Cu alte cuvinte, diferenţele dintre sexe, sub aspectul comportamentelor afectuoase nonverbale, par să fie şi mai mari cînd femeile şi bărbaţii interacţionează cu prieteni sau rude de acelaşi sex, decît cînd interacţionează cu membri ai celuilalt sex[103].

De ce sînt femeile mai afectuoase decît bărbaţii? Cercetătorii oferă cîteva explicaţii. O teorie susţine că, deoarece fetele primesc mai multă afecţiune decît băieţii, ele tind să crească percepînd interacţiunile interpersonale drept şanse de a-şi comunica afecţiunea[104]. O altă explicaţie ar fi că bărbaţii, mai degrabă decît femeile, tind să vadă comunicarea afectuoasă drept un comportament feminin, aşa că evită să-şi exprime afecţiunea, de teamă să nu pară feminini[105]. Un al treilea motiv posibil este că diferitele echilibre hormonale specifice bărbaţilor şi femeilor le determină pe femei să se comporte mai afectuos[106]. Oricare sau toţi aceşti factori pot avea rolul lor, influenţîndu-le pe femei să fie mai afectuoase decît bărbaţii.

Subiect de discuţie: De ce bărbaţii ar avea într-o măsură mai mare decît femeile tendinţa de a masca anumite tipuri de emoţii?

Totodată, masculinitatea şi feminitatea se leagă de comportamentele afective, deşi nu în modul în care v-aţi aştepta. Deoarece afectivitatea este considerată adesea o modalitate „feminină" de comportament – cel puţin în culturile nord-americane – v-aţi aştepta ca, cu cît o persoană este mai feminină, cu atît să fie mai afectuoasă. O serie de studii au arătat că aşa şi este. Totuşi, aceleaşi studii au relevat că, cu cît o persoană este mai masculină, cu atît este mai afectuoasă[107]. Prin urmare, se pare că oamenii cu un caracter pronunţat masculin sau feminin sînt deosebit de afectuoşi.

Doar un număr mic de studii au examinat influenţa orientării sexuale asupra comunicării afectuoase. Un sondaj amplu efectuat în SUA a raportat că atît bărbaţii gay, cît şi femeile lesbiene îşi exprimă mai mult afecţiunea şi emoţiile pozitive în cadrul relaţiilor lor de cuplu decît soţii heterosexuali care au copii. Totuşi, nu îşi exprimau afecţiunea într-o măsură mai mare decît soţii heteroxesuali fără copii sau partenerii heterosexuali necăsătoriţi[108].

Alte două studii s-au axat asupra comportamentului afectuos dintre bărbaţii adulţi şi taţii lor. Rezultatele au indicat că taţii sînt mai afectuoşi cu fiii heterosexuali, sînt mai puţin afectuoşi dacă sînt nesiguri de orientarea sexuală a fiilor lor şi sînt cel mai puţin afectuoşi cu fiii homosexuali sau bisexuali[109].

În ansamblu, studiile analizate în această secţiune prezintă o imagine complexă a modului în care rolurile de gen, sexul biologic şi orientarea sexuală influenţează comportamentele comunicaţionale verbale şi nonverbale. Uneori, aceşti factori contează, alteori nu, iar în unele cazuri contează în moduri neaşteptate, ca, de exemplu, atunci cînd masculinitatea este asociată direct cu comunicarea afectuoasă. În plus, după cum am văzut mai devreme, chiar şi cînd găsim diferenţe – de exemplu, femeile folosesc fraze mai lungi decît bărbaţii sau lesbienele folosesc într-o măsură mai mare vorbirea instrumentală decît femeile heterosexuale –, nu trebuie să uităm că acestea sînt diferenţe *generale*. Prin urmare, nu orice femeie vorbeşte cu fraze mai lungi decît orice bărbat. Mai degrabă, în medie, femeile folosesc fraze mai lungi decît bărbaţii.

Trebuie să avem grijă să nu exagerăm sau să simplificăm prea mult influenţa rolurilor de gen, a sexului sau a orientării sexuale asupra comportamentului comunicaţional. Aceste aspecte influenţează adesea modul în care ne comportăm, dar nu toate aspectele vieţii noastre în toate

momentele. În plus, interacţiunile noastre interpersonale sînt supuse multor altor influenţe, pe lîngă rolul de gen, sexul biologic sau orientarea sexuală cu care ne identificăm.

ÎNVĂŢAŢI Care este diferenţa dintre vorbirea expresivă şi vorbirea instrumentală? Cum influenţează rolurile de gen, sexul biologic şi orientarea sexuală experienţa şi exprimarea emoţiilor?

APLICAŢI Data viitoare cînd discutaţi cu un adult de celălalt sex, fiţi atenţi la limbaj. Exprimarea dumneavoastră este mai degrabă instrumentală sau expresivă? Folosiţi o exprimare marcată de putere sau nu? Gîndiţi-vă cum influenţează stilul dumneavoastră lingvistic eficienţa cu care comunicaţi. Scrieţi un aliniat sau două, documentîndu-vă observaţiile.

REFLECTAŢI Cum v-aţi caracteriza comportamentul verbal şi nonverbal? Ce rol credeţi că are sexul biologic, rolul de gen şi orientarea sexuală în felul în care comunicaţi cu ceilalţi?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

1. Înţelegerea culturii şi comunicării (p. 57)
   - Cultura este sistemul de simboluri, limbă, valori şi norme învăţate şi comune care diferenţiază un grup de oameni de altul.
   - Culturile variază din perspectiva simbolurilor, limbii, valorilor şi normelor.
   - Subculturile sînt grupuri de oameni care au aceleaşi valori, obiceiuri şi norme asociate cu o caracteristică sau un interes comun.
   - A comunica ţinînd cont de cultură înseamnă a acorda atenţie valorilor şi prejudecăţilor culturale ale unei persoane şi a ţine minte că ceilalţi nu ni le împărtăşesc întotdeauna.
2. Influenţa culturii asupra comunicării (p. 64)
   - Culturile individualiste pun accent pe importanţa individualităţii şi a realizărilor personale, în timp ce culturile colectiviste pun accent pe nevoile familiei şi ale comunităţii.
   - Oamenii din culturile slab contextuale se aşteaptă ca limbajul să fie direct şi explicit; cei din culturile puternic contextuale se bazează mai mult pe indicii contextuale în interpretarea afirmaţiilor verbale.
   - Într-o cultură cu o distanţă ierarhică mică, puterea este distribuită mai echitabil între persoane; într-o cultură cu o distanţă ierarhică mare, cea mai mare parte a puterii este deţinută de relativ puţini oameni.
   - Culturile masculine valorizează competiţia şi realizarea şi au aşteptări destul de diferite de la bărbaţi şi de la femei. Culturile feminine valorizează comportamentul de îngrijire şi nu impun aşteptări foarte diferite în privinţa femeilor şi bărbaţilor.
   - Timpul este considerat un produs finit într-o cultură monocronică; este considerat infinit într-o cultură policronică.
   - Culturile se deosebesc între ele sub aspectul evitării incertitudinii sau sub aspectul aversiunii faţă de noutate şi incertitudine.
   - Culturile diferă din perspectiva modului în care folosesc coduri de comunicare precum idiomurile şi gesturile, care au adesea semnificaţii doar pentru persoanele dintr-o anumită cultură.
3. Înţelegerea genului şi a comunicării (p. 70)
   - Printre rolurile de gen se numără masculinitatea, feminitatea şi androginia, semnificaţiile acestora variind în timp.
   - Sexul biologic diferenţiază bărbaţii şi femeile, dar este influenţat de factori psihologici, genetici şi anatomici.
   - Printre orientările sexuale se numără heterosexualitatea, homosexualitatea, bisexualitatea şi asexualitatea.
   - Unii autori au afirmat că bărbaţii şi femeile comunică ca şi cum ar proveni de pe planete diferite sau cel puţin din culturi diferite. Alţii au afirmat că aceste metafore sînt exagerări.

4. Influența genului asupra comunicării (p. 79)
    - Genul influențează comunicarea verbală, de exemplu, vorbirea expresivă și instrumentală, puterea și stilurile lingvistice.
    - Genul influențează comunicarea nonverbală, incluzînd atingerile și mișcările corpului, comunicarea emoțională și afecțiunea nonverbală.

TERMENI-CHEIE

androginie (p. 73)
asexualitate (p. 76)
bisexualitate (p. 76)
coduri de comunicare (p. 68)
cultură (p. 57)
cultură colectivistă (p. 64)
cultură cu distanță ierarhică mare (p. 66)
cultură cu distanță ierarhică mică (p. 66)
cultură individualistă (p. 64)
cultură puternic contextuală (p. 65)
cultură slab contextuală (p. 65)
etnicitate (p. 59)
etnocentrism (p. 58)
evitarea incertitudinii (p. 68)
feminitate (p. 72)
heterosexualitate (p. 75)
homosexualitate (p. 76)
in-grup (p. 57)
masculinitate (p. 72)
monocronic (p. 67)
naționalitate (p. 59)
orientare sexuală (p. 75)
out-grup (p. 57)
policronic (p. 67)
rol de gen (p. 71)
societate (p. 57)
subculturi (p. 62)
vorbire expresivă (p. 80)
vorbire instrumentală (p. 80)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. Cultura este adesea ceva ce presupunem că au doar alți oameni. Care sînt unele dintre influențele culturii și ale subculturilor asupra comportamentului *dumneavoastră*?
2. Statele Unite sînt criticate uneori pentru individualism. Care sînt unele dintre avantajele asociate cu creșterea într-o cultură individualistă? Care sînt posibilele aspecte pozitive ale faptului de a crește într-o cultură colectivistă?
3. Mulți cercetători cred că toate diferențele comportamentale dintre femei și bărbați (în afară de comportamentul reproductiv) rezultă din influențele sociale. Credeți că este adevărat? Vă puteți gîndi la diferențe comportamentale de origine biologică sau genetică?
4. Masculinitatea și feminitatea sînt culturi diferite? Care sînt unele dintre motivațiile pe care se bazează un răspuns afirmativ?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Oamenii din sudul Statelor Unite spun adesea „y'all" („voi toți"), referindu-se la alții; totuși, oamenii din alte zone ale SUA nu folosesc de obicei această sintagmă. Pentru cei din sud, acesta este un exemplu de:
    a. exprimare asociată cu un in-grup;
    b. exprimare asociată cu un out-grup;
    c. utilizare psihonormativă a limbajului;
    d. utilizare marcată de gen a limbajului.
2. Cercetătorii Ann Kring și Albert Gordon au descoperit că, în ceea ce privește diferențele dintre sexe și emoții,
    a. bărbații și femeile afirmă că exprimă aceeași cantitate de emoții;
    b. bărbații și femeile afirmă că simt aceeași cantitate de emoții;
    c. bărbații și femeile tind în egală măsură să-și limiteze sau să-și mascheze exprimarea emoțiilor;

d. bărbații se deosebesc mult de femei sub aspectul experiențelor emoționale.

3. Persoanele care au crescut într-o cultură ______ sînt învățate să creadă că toți oamenii sînt egali și că nici o persoană sau nici un grup nu trebuie să dețină un exces de putere.
   a. cu distanță ierarhică mică;
   b. cu distanță ierarhică mare;
   c. expresivă;
   d. puternic contextuală.
4. Sintagma „cinci la leu" este un exemplu de:
   a. normă culturală;
   b. jargon cultural;
   c. idiom cultural;
   d. tradiție culturală.
5. Dintre afirmațiile de mai jos, cel mai bun exemplu de vorbire expresivă este:
   a. „Dacă aș fi în locul tău, iată cum aș rezolva problema".
   b. „Cred că tu și Sally ar trebui să vă despărțiți. Ce rost mai are să pierdeți timpul?".
   c. „Te iubesc și îți mulțumesc mult pentru că m-ai sprijinit pe parcursul acestei perioade dificile".
   d. „Ești nebun! Trebuie să mergi rapid la psiholog!".

Completați spațiile goale

6. În interiorul multor culturi mari, se disting o diversitate de grupuri mici, pe care cercetătorii le numesc ______.
7. Fraza „a căuta pe cel mai bun" reflectă un punct de vedere cultural ______.
8. Oamenii din culturile cu ______ mare sînt crescuți crezînd că anumite persoane sau grupuri merită să dețină mai multă putere decît altele.
9. Percepția timpului ca fiind holistic, fluid și nestructurat este asociată cu o orientare ______ față de timp.
10. O persoană care este atît foarte masculină, cît și foarte feminină ar fi descrisă drept ______.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (a); 2 (b); 3 (b); 4 (c); 5 (c); Completați spațiile goale: 6 (subculturi); 7 (individualist); 8 (distanță ierarhică); 9 (policronică); 10 (androgină).

RESURSE

Filme

Brick Lane (dramă, 2007; AP-13)

Filmul are în centru povestea lui Nazneen, de origine din Bangladesh, care locuiește la Londra și își cîștigă existența cosînd la domiciliu. Intriga dezvăluie eforturile lui Nazneen și ale lui Chanu, soțul ei mult mai vîrstnic, de a se adapta la cultura britanică. Cuplul și cele două fiice trebuie să facă față și sentimentelor antimusulmane, îndeosebi după atentatul din 11 septembrie 2001. Pe măsură ce datoriile familiei cresc, Chanu se gîndește să se mute înapoi în Bagladesh, silind-o pe Nazneen să decidă dacă rămîne în Marea Britanie, unde are o relație cu un alt bărbat provenit din Bangladesh, sau dacă se va întoarce în țara natală.

Transamerica (dramă, 2005; interzis sub 18 ani)

În acest film cu finanțare independentă, Bree, un transsexual, fost bărbat, devenit femeie, află că are un fiu adolescent eliberat recent din închisoare. Cei doi călătoresc împreună de-a lungul țării, vizitînd pe drum membri ai familiei. Filmul descrie multe dintre dificultățile și triumfurile lui Bree legate de conversiunea sa transsexuală, ilustrînd ideea că sexul biologic are caracteristici psihologice, genetice și anatomice care nu formează întotdeauna un tot coerent.

Cărţi şi articole din periodice

Dindia, K., Canary, D.J. (eds.) (2006). *Sex differences and similarities in communication* (ediţia a II-a). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Hofstede, G. (2003). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (ediţia a II-a). Thounsand Oaks, California: Sage.

McConnell, A.R., Leibold, J.M. (2001). Relations among the Implicit Association Test, discriminatory behavior, and explicit measures of racial attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, pp. 435-442.

Moran, R.T., Harris, P.R., Moran, S.V. (2007). *Managing cultural differences: Global leadership strategies for the 21st century* (ediţia a VII-a). Oxford, Anglia: Butterworth-Heinemann.

Wood, J. (2002). A critical response to John Gray's Mars and Venus portrayals of men and women. *Southern Communication Journal*, 67, pp. 201-210.

Site-uri

www.un.org

Acesta este site-ul principal al Naţiunilor Unite, o organizaţie internaţională din care fac parte 192 de ţări, care militează pentru drepturile omului, progresul social, dezvoltarea economică şi securitate în societăţile din lume.

www.trinity.edu/~mkearl/gender.html

Acest site oferă discuţii, statistici şi numeroase linkuri despre egalitatea dintre sexe şi de gen.

3

Comunicarea și sinele

1 Înțelegerea sinelui: concepția despre sine

2 Valorizarea sinelui: stima de sine

3 Prezentarea sinelui: managementul imaginii

4 Comunicarea sinelui: autodezvăluirea

EXISTENȚE MULTIPLE

Comedia romantică *Sweet Home Alabama* (*Casă, dulce casă*, 2002) este o poveste despre ciocnirea dintre identități. Reese Witherspoon o interpretează pe Melanie Smooter, care își lasă în urmă originile sudice, pentru a deveni un designer de modă de succes la New York. Odată cu logodna ei cu Andrew Hennings – fiul primarului New Yorkului –, Melanie anunță că trebuie să se întoarcă singură în Alabama, ca să le dea vestea și părinților săi. Ceea ce nu știe Andrew este că ea se întoarce pentru a solicita divorțul de prietenul ei din copilărie, Jake Perry, cu care este căsătorită în continuare. Cînd ajunge în Alabama, Melanie descoperă complexitatea concilierii a două identități diferite – una reprezentînd trecutul ei, alta prezentul.

Mulți dintre noi am trecut printr-o încercare precum cea a Melaniei – o situație în care două dintre identitățile noastre sînt în opoziție generînd sentimente de disconfort și nesiguranță. În cazul ei, exista Melanie cea din copilărie, ancorată în tradițiile și valorile Sudului rural, conservator, și mai exista apoi Melanie adultă, femeia de carieră, cu succes în Nordul urban, progresist. Începutul adolescenței este o perioadă în care mulți dintre noi încearcă să se desprindă de imaginea despre sine din copilărie – ideile noastre despre sine – și încearcă să-și dea seama cine vor să fie în calitate de adulți. Nu este deloc neobișnuit ca indivizii să descopere că identitatea anterioară este în dezacord cu cea din prezent (precum în cazul Melaniei).

1. Înțelegerea sinelui: concepția despre sine

Comunicarea interpersonală începe cu dumneavoastră şi cu imaginea dumneavoastră de sine. Cine sînteţi? Cum vă raportaţi la ceilalţi? Ce este acest *eu* din sintagma *eu însumi*? Răspunzînd la aceste întrebări, veţi reuşi să comunicaţi şi să întemeiaţi relaţii, înţelegînd bine cine sînteţi şi ce aveţi de oferit.

În această secţiune vom analiza concepţia despre sine, ţinînd cont de diversele influenţe asupra dezvoltării sale. Vom evalua modul în care oamenii îşi gestionează identităţile în viaţa cotidiană şi cum reflectă comunicarea cu ceilalţi concepţia despre sine a unei persoane.

Ce este concepția despre sine?

Gîndiţi-vă la modul în care aţi răspunde la întrebarea „Cine sînt?". Ce cuvinte aţi alege? Ce răspunsuri ar fi mai importante? Fiecare are un ansamblu de idei cu privire la cine este, care nu sînt influenţate de evenimente temporare (de exemplu, „Sînt fericit acum"), ci sînt destul de stabile pe parcursul vieţii (de exemplu, „Sînt o persoană fericită"). **Concepţia dumneavoastră despre sine** este compusă din acele idei stabile cu privire la cine sînteţi. Este **identitatea** dumneavoastră, înţelegerea a ceea ce sînteţi. Concepţiile despre sine au trei caracteristici fundamentale: sînt multifaţetate, parţial subiective şi stabile (deşi sînt, totodată, maleabile).

CONCEPŢIILE DESPRE SINE SÎNT MULTIFAŢETATE. Ne definim pe noi înşine în multe moduri. Unele dintre acestea se bazează pe nume: „Sînt Michaela", „Eu sînt Bill". Unele se bazează pe categorii fizice sau sociale: „Sînt femeie", „Sînt australian". Altele ne prezintă aptitudinile sau interesele: „Am înclinaţii artistice", „Sînt un bun bucătar", iar altele, relaţiile dintre noi şi alţi oameni: „Sînt unchi", „Ca voluntar, mă ocup de copiii fără adăpost". În cele din urmă, unele se bazează pe propria noastră evaluare a sinelui: „Sînt un om onest", „Sînt o persoană nerăbdătoare".

Fiecare dintre aceste descrieri se bazează pe una sau mai multe componente ale concepţiei de sine a unei persoane, iar în acest sens concepţia despre sine este *multifaţetată*. Altfel spus, ceea ce numim sine este de fapt un ansamblu de identităţi mai mici. Dacă sînteţi femeie, această trăsătură este o parte din ceea ce sînteţi, dar nu se rezumă totul la ea. Dacă sînteţi asiatic, atletic, agnostic sau astmatic, toate aceste trăsături pot face parte din concepţia dumneavoastră despre sine, dar nici unul dintre aceşti termeni nu vă defineşte complet. Toate modurile diferite în care v-aţi descrie fac parte din ansamblul concepţiei dumneavoastră despre sine.

➲ **concepţia despre sine** Ansamblu de idei stabile pe care le are o persoană cu privire la cine este el sau ea; numită şi *identitate*.

➲ **identitate** Vezi *concepţia despre sine*.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să redacteze trei descrieri ale lor înşişi, aşa cum cred că i-ar descrie trei persoane care îi cunosc – poate un părinte, un coleg de serviciu şi partenerul de cuplu. Cereţi-le să comenteze cu privire la asemănările şi deosebirile dintre cele trei descrieri.

Subiect de discuţie: O altă modalitate de a înţelege concepţia despre sine este examinarea a ceea ce psihologii numesc „Big Five", cele cinci trăsături principale ale personalităţii – **deschiderea** (imaginaţie şi aprecierea experienţelor diverse), **conştiinciozitatea** (autodisciplina şi motivaţia pentru realizare), **extroversiunea** (tendinţa de a căuta compania altora), **agreabilitatea** (tendinţa de a fi cooperant şi empatic şi **nevrozismul** (instabilitatea emoţională). Un corpus mare de studii au folosit aceste dimensiuni pentru a descrie temperamentele şi personalităţile oamenilor[1].

[1] John, O.P., Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. În L.A. Pervin, O.P. John (eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (vol. 2, pp. 102-138). New York: Guilford.

Subiect de discuție: Termenul *Johari* este o combinație a prenumele primilor psihologi care au creat fereastra Johari: Joe și Harry.

➲ **Fereastra Johari** O reprezentare vizuală a componentelor sinelui cunoscute sau necunoscute sinelui și celorlalți.

O modalitate de a medita la concepția despre sine este să distingeți diverse aspecte ale personalității dumneavoastră care sînt cunoscute de ceilalți și aspecte pe care le cunoașteți doar dumneavoastră. În 1955, psihologii americani Joseph Luft și Harry Ingham au creat **fereastra Johari**, o reprezentare vizuală a sinelui, compusă din patru părți[1]. Conform modelului (figura 3.1), *zona deschisă* constă din caracteristici cunoscute atît de sine, cît și de ceilalți. Printre acestea se numără probabil numele dumneavoastră, sexul, hobby-urile și facultatea pe care ați terminat-o, precum și alte aspecte ale concepției despre sine pe care le conștientizați și le împărtășiți fără probleme cu ceilalți. În schimb, *zona ascunsă* constă din caracteristici pe care vi le cunoașteți, dar pe care alegeți să nu le dezvăluiți altora, ca, de exemplu, nesiguranțele emoționale sau traumele din trecut, pe care alegeți să le țineți ascunse.

Un aspect inovator al ferestrei Johari este faptul că recunoaște dimensiunile concepției despre sine a unei persoane pe care persoana respectivă este posibil să nu le conștientizeze. De exemplu, alții vă pot considera nerăbdător sau instabil, deși dumneavoastră nu vă identificați aceste trăsături. Respectivele caracteristici alcătuiesc a treia componentă a modelului, *zona oarbă*. În cele din urmă, *zona necunoscută* cuprinde aspectele concepției despre sine pe care nu le cunoașteți nici dumneavoastră, nici ceilalți. De exemplu, nimeni – nici dumneavoastră – nu știe ce fel de părinte veți fi pînă ce nu deveniți părinte. De asemenea, nimeni nu știe cum ați gestiona o bogăție neașteptată, dacă nu deveniți pe neașteptate bogat.

Aceste patru componente ale ferestrei Johari – zona deschisă, ascunsă, oarbă și necunoscută – nu sînt neapărat la fel de importante pentru orice persoană. De exemplu, Raisa ține ascunse multe aspecte ale concepției ei despre sine, astfel încît zona ei ascunsă este mult mai amplă decît celelalte zone ale ferestrei Johari care îi corespunde. În schimb, oamenii îl descriu pe Aaron drept „o carte deschisă", ceea ce înseamnă că el ține ascunse puține aspecte ale concepției despre sine. Prin urmare, la Aaron, zona deschisă este cea mai amplă. De asemenea, zonele ferestrei Johari își pot modifica importanța, pe măsură ce o persoană se schimbă. De exemplu, cînd Dena a fost diagnosticată cu cancer în faza terminală, ea și-a descoperit tăria emoțională, compasiunea și un simț al umorului pe care ea și ceilalți nu știuseră că le avea. Acea experiență a mutat respectivele aspecte ale concepției ei despre sine din zona necunoscută în zona cunoscută.

În serialul de televiziune *White Collar* difuzat de rețeaua USA Network, Neal Caffrey este un falsificator și un hoț care acceptă să-l ajute pe agentul FBI Peter Burke să prindă infractori din rîndul persoanelor cu slujbe respectabile în schimbul reducerii pedepsei. Avînd în vedere trecutul lui Caffrey, Burke se îndoiește adesea că acesta se va ține de cuvînt – sau că nu va minți FBI-ul. Aplicînd principiile ferestrei Johari, putem afirma că Burke este nesigur cu privire la cît anume din zona deschisă a lui Caffrey – în opoziție cu zona sa ascunsă – vede de fapt.

Propriile dumneavoastă zone ale ferestrei Johari, deschisă, ascunsă și oarbă, sînt relevante și pentru imaginea online. De exemplu, cînd creați o pagină Facebook, puteți opta să faceți publice anumite informații despre dumneavoastră (din cadrul zonei deschise), dar decideți să țineți unele detalii private (în cadrul zonei ascunse). De asemenea, paginile Facebook ale altor persoane pot conține informații despre dumneavoastră pe care nu le conștientizați, dar alții le sesizează (în cadrul zonei oarbe). Deoarece Internetul este atît de vast, gestionarea imaginii dumneavoastră online poate părea o sarcină nesfîrșită. Totuși, este o aptitudine importantă, după cum evidențiază caseta „Evaluați-vă aptitudinile".

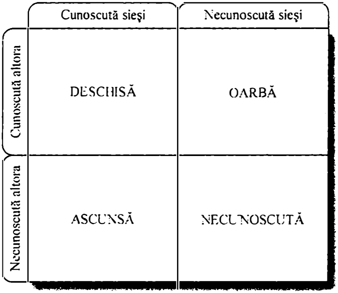


Figura 3.1. Fereastra Johari
În fereastra Johari, zona deschisă reprezintă ceea ce ştiţi şi alegeţi să dezvăluiţi altora, iar zona ascunsă descrie ceea ce ştiţi, dar alegeţi să nu dezvăluiţi. Zona oarbă reflectă ceea ce alţii ştiu despre dumneavoastră, dar nu recunoaşteţi în dumneavoastră înşivă, iar zona necunoscută cuprinde dimensiunile sinelui pe care nu le cunoaşte nimeni.

CONCEPŢIILE DESPRE SINE SÎNT PARŢIAL SUBIECTIVE. Unele dintre detaliile pe care le ştim despre noi înşine se bazează pe aspecte obiective. De exemplu, eu am 1,70 m, părul castaniu, m-am născut la Seattle, dar locuiesc la Phoenix şi îmi cîştig existenţa predînd la colegiu. Aceste aspecte ale concepţiei mele despre sine sînt *obiective* – se bazează pe fapte, nu pe opinia cuiva. Aceasta nu înseamnă că nu am de ales în privinţa lor. Am ales să mă mut în Arizona şi să optez pentru o slujbă de profesor şi, deşi m-am născut cu părul castaniu, i-aş putea schimba culoarea, dacă aş vrea. Referindu-mă la aceste caracteristici personale ca fiind obiective, subliniez doar faptul că ele sînt conforme cu realitatea.

Multe aspecte ale concepţiei noastre despre sine sînt mai degrabă *subiective* decît obiective. „Subiectiv" înseamnă că se bazează pe impresiile noastre despre noi înşine, şi mai puţin pe realităţi obiective. Iată un lucru important: deseori ne e dificil să ne judecăm pe noi înşine corect sau obiectiv.

Uneori, propriile noastre autoevaluări sînt nerezonabil de optimiste. De exemplu, cunoaşteţi poate oameni care au concepţii nerealiste cu privire la inteligenţa lor, talentele speciale sau înţelegerea lumii sau a altor oameni. Într-un studiu, College Board (Consiliul Colegiilor – compania care organizează examenul SAT de admitere în învăţămîntul superior) le-a cerut unui număr de aproape un milion de absolvenţi de liceu din SUA să-şi evalueze capacitatea de a se înţelege cu ceilalţi. *Fiecare student* care a participat la studiul respectiv a răspuns că se situa „peste medie", fapt imposibil din punct de vedere matematic! În plus, 60% au susţinut că propria lor capacitate de a relaţiona cu ceilalţi era în primele 10 procente, iar nu mai puţin de 25% s-au autosituat printre primii 1%, ambele evaluări fiind foarte improbabile[2].

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să răspundă la întrebarea: „Cine sînt eu?" în 10 moduri diferite; aceasta este o activitate de redactare recomandabilă pentru a fi efectuată în timpul orelor de curs, înainte să prezentaţi concepţia despre sine. Spuneţi-le studenţilor să facă referire la listele lor, cînd exemplificaţi diverse afirmaţii.

EVALUAŢI-VĂ APTITUDINILE

Căutaţi-vă pe Google: gestionarea imaginii proprii online

Creditorii, potenţialii angajatori şi chiar cei care ar vrea să vă fie parteneri de cuplu folosesc Internetul ca să afle informaţii despre dumneavoastră. Le va plăcea ce vor găsi? Pentru a vă evalua imaginea online, scrieţi-vă numele între ghilimele în bara de căutare a site-ului google.com şi exploraţi primele zece site-uri pe care căutarea le identifică drept relevante pentru dumneavoastră (nu pentru altcineva cu acelaşi nume). Răspundeţi apoi cu „adevărat" sau „fals" la fiecare dintre următoarele afirmaţii:

1. Aproape tot ce am văzut online despre mine era pozitiv.
2. Am găsit informaţii pe care n-aş vrea neapărat să le afle alţii despre mine.
3. N-aş avea nimic împotrivă ca un posibil partener de cuplu să vadă aceste site-uri.
4. Am găsit fotografii cu mine pe care nu i le-aş arăta angajatorului meu.
5. Majoritatea oamenilor ar avea o impresie pozitivă despre mine după ce ar vedea site-urile pe care le-am găsit.
6. Unele dintre informaţiile pe care le-am găsit mă fac să par iresponsabil.
7. N-aş avea nimic împotrivă ca părinţii mei să citească site-urile pe care le-am descoperit.
8. N-aş vrea să găsească cineva aceste site-uri înainte să meargă la întîlniri cu mine.
9. În general, sînt mulţumit de informaţiile şi fotografiile cu mine pe care le-am găsit.
10. Cel puţin unele dintre lucrurile pe care le-am găsit online cu privire la mine erau deranjante.

Cel mai bine ar fi dacă aţi răspuns „adevărat" la întrebările cu numere impare şi „fals" la întrebările cu numere pare. Dacă vreunul dintre răspunsurile dumneavoastră diferă, gîndiţi-vă să luaţi măsuri pentru a modifica acele conţinuturi online. Dacă informaţiile care vă privesc apar pe site-uri asupra cărora aveţi o doză de control – de exemplu, pagina dumneavoastră Facebook şi pagina personală a unui prieten –, ştergeţi materialele respective sau setaţi-le să fie vizibile doar pentru prietenii apropiaţi. Acest lucru poate fi deosebit de important înainte să mergeţi la un interviu pentru un post sau înainte de a stabili o întîlnire.

În schimb, uneori, modul în care ne evaluăm pe noi înşine este nerezonabil de negativ. Acest lucru este adevărat îndeosebi în cazul celor cu o stimă de sine redusă. O serie de studii arată că astfel de oameni tind să amplifice importanţa eşecurilor lor[3]. Adesea îşi subestimează capacităţile, iar cînd primesc feedbackuri negative, ca, de exemplu, o evaluare negativă la serviciu sau o remarcă jignitoare de la o persoană cunoscută, tind să creadă că acestea le reflectă în mod adecvat valoarea proprie. De asemenea, unele studii sugerează că persoanele cu o stimă de sine redusă au un risc mai mare decît media de a suferi de depresie clinică, boală care afectează nu doar bunăstarea mintală şi emoţională a individului, ci şi sănătatea fizică şi calitatea relaţiilor sociale[4].

Subiect de discuţie: Poate fi instructiv să le puneţi studenţilor dumneavoastră aceeaşi întrebare: „Cîţi dintre voi şi-ar evalua capacitatea de a se înţelege cu alţii ca fiind «peste medie»?".

Persoanele cu o stimă de sine amplă tind să minimalizeze importanţa feedbackului negativ, tratîndu-l ca pe un accident sau ca pe un eveniment aleatoriu. Ulterior, în acest capitol, vom analiza mai atent modul în care stima de sine ne influenţează comportamentele de comunicare interpersonală.

Concepţiile despre sine sînt persistente, dar se pot modifica. În cea mai mare parte, concepţia noastră despre sine se dezvoltă lent, pe parcursul întregii vieţi. După cum vom vedea, modul în care evoluează concepţia despre sine este influenţat de mulţi factori, inclusiv de structura biologică, de locul şi modul cum am fost crescuţi şi de tipul de oameni cu care ne petrecem timpul.

Acestea şi alte influenţe creează o înţelegere a sinelui care nu se modifică uşor. De fapt, o serie de studii au arătat că, după ce ne dezvoltăm o concepţie despre sine, tindem să căutăm alte persoane care o vor confirma, purtîndu-ne cu noi aşa cum ne percepem noi înşine[5]. De

exemplu, dacă aveţi o concepţie despre sine pozitivă, probabil vă veţi asocia cu prieteni, colegi de serviciu, colegi de clasă şi rude care au la rîndul lor o impresie pozitivă cu privire la dumneavoastră. În schimb, dacă aveţi o concepţie despre sine negativă, puteţi fi dispus mai degrabă să vă înconjuraţi de persoane care au la rîndul lor o impresie negativă despre dumneavoastră[6]. Cînd vă asociaţi cu persoane care vă văd aşa cum vă vedeţi şi dumneavoastră, concepţia despre sine vă este mereu consolidată şi devine şi mai rezistentă la schimbare.

Subiect de discuţie: Îi puteţi întreba pe studenţi dacă se pot gîndi la persoane pe care le cunosc, ale căror concepţii despre sine s-au modificat radical, şi ce eveniment (evenimente) au precipitat schimbările respective.

Totuşi, concepţiile despre sine se schimbă, ca reacţie la modificările evolutive şi la evenimentele existenţiale semnificative. Pe măsură ce traversăm modificări evolutive pe parcursul vieţii, de exemplu, mulţi dintre noi ajungem să avem o impresie mai bună sau mai puţin bună despre noi înşine. Un studiu a relevat că între vîrstele de 14 şi 23 de ani - perioadă în care modificările concepţiei despre sine sînt adesea cele mai pronunţate - nivelul încrederii şi al stimei de sine variază atît la bărbaţi, cît şi la femei. Jack Block şi Richard Robins, specialişti în psihologia copilului, au descoperit că aproximativ 80% dintre oameni au manifestat fie o creştere, fie o descreştere a stimei de sine în această perioadă[7].

De asemenea, oamenii îşi mai pot schimba concepţia despre sine ca urmare a unui eveniment existenţial semnificativ, ca, de exemplu, o convertire religioasă sau învingerea unei boli grave[8]. De exemplu, după ce a devenit văduvă şi şi-a pierdut slujba, Sherry a rămas fără locuinţă şi trăia în maşină. Cu cît se adapta mai mult la rutina asociată cu lipsa locuinţei, cu atît se considera mai mult o persoană fără adăpost, dispreţuită de societate - şi îşi pierdea tot mai mult încrederea în oamenii de care fusese cîndva apropiată. Prietenii şi rudele i-au oferit ajutor, dar Sherry s-a simţit prea ruşinată ca să accepte. În timp, a ajuns să prefere compania altor persoane fără adăpost, deoarece simţea că poate relaţiona mai uşor cu ele.

Lupta cu cancerul sau cu o altă boală gravă poate influenţa semnificativ concepţia despre sine a unei persoane.

O concepţie sănătoasă despre sine este flexibilă şi se poate schimba pe măsură ce evoluează circumstanţele existenţiale. Acest lucru nu înseamnă că orice eveniment semnificativ atrage modificări ale concepţiei despre sine a unei persoane, ci că modificările concepţiei despre sine sînt asociate adesea cu evenimente importante din etapa evolutivă a persoanei. De asemenea, o perioadă de terapie intensivă poate ajuta o persoană să-şi modifice concepţia despre sine, de obicei în mod pozitiv. Totuşi, în general, concepţia despre sine a unei persoane nu se modifică dramatic în timpul vieţii adulte[9].

Cum se dezvoltă concepţia despre sine

Nici unul dintre noi nu se naşte avînd o anumită concepţie despre sine[10]. În această secţiune, explorăm modul în care factori precum personalitatea şi biologia, cultura şi rolurile de gen, aprecierile reflectate şi comparaţiile sociale ne ajută să determinăm cine anume sîntem.

PERSONALITATEA ŞI BIOLOGIA. O componentă importantă a concepţiei despre sine este **personalitatea**, tiparele de modalităţi distincte în care tindeţi să gîndiţi şi să acţionaţi în majoritatea situaţiilor. De obicei sînteţi vorbăreţ şi deschis sau timid şi rezervat? Vă faceţi griji sau sînteţi optimist? Tindeţi să fiţi suspicios sau să aveţi încredere în ceilalţi? Fiecare dintre aceste întrebări este legată de o *trăsătură* diferită a personalităţii, o caracteristică ce vă descrie în majoritatea circumstanţelor. De exemplu, dacă aveţi o personalitate sociabilă, înseamnă că sînteţi prietenos şi vorbăreţ în cea mai mare parte a timpului.

personalitate Tiparul de comportamente şi moduri de gîndire care caracterizează o persoană.

Cercetarea în prim-plan: Studiile privind caracteristicile personalității relevă asemănări substanțiale între gemenii identici, chiar dacă aceștia nu au fost crescuți împreună, și asemănări minime între frați negenetici (de exemplu, frați vitregi sau frați adoptați), chiar dacă aceștia au fost crescuți împreună. Aceste descoperiri dezvăluie o posibilitate interesantă ca mare parte din personalitatea noastră să fie asociată mai mult cu genele, decît cu modul în care sîntem crescuți. Cum reacționează studenții la această posibilitate? Ce legătură are cu ideea că mai degrabă necreăm propriile concepții despre sine decît le descoperim?[ii]

[ii] Vezi, de exemplu, Riemann, R., Angleitner, A., Strelau, J. (1997). Genetic and environmental influences on personality: A study of twins reared together using the self- and peer-report NEO-FFI scales. *Journal of Personality*, 65, pp. 721-755; Tellegen, A., Lykken, D.T., Bouchard, T.J., Wilcox, K.J., Segal, N.L., Rich, S. (1988). Personality similarity in twins reared apart and together. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, pp. 1031-1039.

Unele aspecte ale personalității noastre sînt influentate, fără doar și poate, de locul și modul în care am fost crescuți. Totuși, studiile sugerează că și biologia joacă un rol în modelarea personalității[ii]. De exemplu, o serie de studii au arătat că gemenii identici, care au aceleași gene în proporție de 100%, au personalități mult mai asemănătoare decît gemenii care au în comun doar 50% dintre gene, la fel ca frații obișnuiți[12].

Potrivit altor studii, copiii încep să manifeste de timpuriu anumite trăsături ale personalității, înainte ca efectele culturii sau ale educației să-și poată exercita influența, iar respectivele trăsături se mențin adesea și pe măsură ce copiii cresc. De exemplu, copiii mici care sînt timizi cu străinii tind să continue să fie timizi și ca adolescenți și adulți. Deși personalitatea este puternic influențată de biologie, mulți oameni pot totuși, prin eforturi susținute, să-și modifice trăsăturile personalității, dacă aleg să facă acest lucru[13].

Cultura și rolurile de gen. Modul în care ne vedem pe noi înșine este, de asemenea, influențat mult de cultura în care am crescut și de rolurile de gen pe care le avem. Am văzut în capitolul 2 că, în general, culturile diferă între ele sub aspectul individualismului: unele sînt foarte individualiste, unele sînt foarte colectiviste, iar altele se situează la mijloc. Persoanele din culturile foarte colectiviste au tendința de a-și concepe identitățile ca fiind integrate în familiile și comunitățile respective. Cu alte cuvinte, își definesc sinele în termenii grupului din care fac parte și acordă o importanță mai mare grupului decît individului. Comparativ, persoanele din culturile foarte individualiste se consideră independente și unice și nu definite într-o măsură la fel de mare de familie sau de comunitate[14].

Totodată, genul contează și din perspectiva concepției despre sine. Să ne amintim că rolurile de gen sînt idei construite social cu privire la modul în care ar trebui să se comporte bărbații și femeile. În majoritatea culturilor se așteaptă de la bărbați să manifeste trăsături mai stereotipic masculine, ca, de exemplu, stăpînirea de sine și autosuficiența, în comparație cu femeile. Invers, se așteaptă ca femeile să manifeste mai multe trăsături stereotipic feminine, de exemplu, empatia și expresivitatea emoțională.

Subiect de discuție: Candidatura la președinția SUA a lui Hillary Clinton la alegerile din 2008 reprezintă un exemplu de persoană foarte cunoscută care pune la îndoială așteptările privind rolurile de gen.

Aceste observații nu implică faptul că toți bărbații sînt stăpîni pe ei și că toate femeile au expresivitate emoțională. De exemplu, competiția și realizarea pot fi mai importante pentru concepția despre sine a unei persoane masculine, în timp ce o persoană feminină poate pune un accent sporit pe relațiile puternice, echitabile.

Aprecierea reflectată. Pe măsură ce creștem, una dintre modalitățile prin care ne dăm seama cine sîntem constă în a ține cont de ceea ce alți oameni cred că sîntem. Poate vă amintiți de cineva important din copilărie care vă făcea să vă simțiți deosebit de iubit și de apreciat. Respectiva persoană poate să fi fost un profesor preferat care v-a încurajat să vă urmați interesele sau o mătușă ori un unchi care vă asculta mereu vorbind despre muzica pe care o preferați. De asemenea, este posibil să fi fost influențat în mod negativ de oameni ce erau importanți pentru dumneavoastră, ca, de exemplu, un frate mai mare dur care vă tachina de față cu prietenii dumneavoastră.

Aceste tipuri de mesaje pozitive sau negative ne ajută să ne formăm o imagine mintală cu privire la ceea ce cred alţii despre noi. La rîndul său, respectiva imagine mentală ne influenţează adesea imaginea pe care ne-o formăm despre noi înşine. Procesul prin care concepţia noastră despre sine este influenţată de modul în care credem că ne văd alţi oameni este numit **apreciere reflectată**[15]. Cînd alţi oameni ne arată dragoste şi apreciere, putem ajunge să ne considerăm demni de iubire şi de apreciere. La fel, cînd alţi oameni ne tachinează, ne ignoră sau comit abuzuri fizice sau verbale, ne putem percepe ca fiind inadecvaţi şi lipsiţi de importanţă.

➲ **aprecierea reflectată** Procesul prin care concepţia despre sine a unei persoane este influenţată de convingerile sale cu privire la ceea ce cred alţi oameni despre persoana respectivă.

La începutul secolului XX, sociologul Charles Horton Cooley a conceput ceea ce el a numit „sinele-oglindă", pentru a explica modul cum funcţionează aprecierea reflectată. Conform modelului său, fiecare dintre noi îşi imaginează cum apare în faţa celorlalţi. De exemplu, puteţi crede că ceilalţi vă consideră grijuliu şi milos. Apoi, ne imaginăm cum evaluează ceilalţi imaginea pe care o au despre noi. De exemplu, dacă oamenii consideră că grija şi mila sînt trăsături pozitive, probabil vă veţi imagina că vă evaluează pozitiv. În cele din urmă, ne dezvoltăm concepţia despre sine pe baza acestor evaluări. De exemplu, dacă oamenii par să aibă o opinie pozitivă despre dumneavoastră, atunci veţi avea o părere pozitivă despre dumneavoastră[16].

Subiect de discuţie: Cum anume influenţează dobîndirea unei dizabilităţi fizice sau a unei boli grave concepţia despre sine a unei persoane, mai ales din perspectiva aprecierii reflectate?

În general, cu cît o persoană este mai importantă pentru noi, cu atît evaluarea sa va influenţa mai mult modul în care ne percepem. Părinţii, prietenii, profesorii, antrenorii şi toţi cei care joacă un rol important în vieţile noastre sînt de obicei cei ale căror opinii contează cel mai mult[17]. În consecinţă, aprecierile lor exercită adesea o influenţă mai mare asupra dezvoltării concepţiei noastre despre sine decît evaluările altor oameni.

Efectele aprecierii reflectate nu se limitează la copilărie. De exemplu, după ani de zile în care tatăl său i-a spus că „nu e bun de nimic", Jerome nu are încredere în capacităţile sale, deşi este foarte inteligent. Această problemă l-a împiedicat să-şi păstreze un loc de muncă mai mult de cîţiva ani la rînd. De asemenea, îi este greu să aibă o relaţie de cuplu de durată. Din cauză că purtarea tatălui său l-a determinat să se simtă nedemn de a fi iubit, lui Jerome îi este greu să creadă că o parteneră şi-ar putea dori să rămînă cu el. În consecinţă, relaţiile sale sînt de scurtă durată[18]. În cazul lui Jerome, reflectarea evaluării primite de la tatăl său în perioada de creştere îi modelează concepţia despre sine drept adult care „nu e bun de nimic".

Concepţia noastră despre sine este influenţată de felul în care credem că ne percep ceilalţi. Acest proces se numeşte apreciere reflectată.

Comparaţia socială. Pe lîngă faptul că observăm ce cred alţi oameni despre noi, mai observăm şi cum ne comparăm cu cei din jurul nostru. Poate că sînteţi cel mai puţin atletic din grupul dumneavoastră de prieteni. Poate că aveţi impresia că sînteţi mai comic, mai frumos sau mai talentat la muzică decît majoritatea oamenilor cu care interacţionaţi. În mare parte, ne creăm concepţia despre sine prin intermediul acestui tip de **comparaţie socială** sau prin observarea felului în care ne comparăm cu ceilalţi. Prin urmare, dacă sînteţi mai atrăgător decît majoritatea persoanelor pe care le cunoaşteţi, atractivitatea va face probabil parte din concepţia dumneavoastră despre sine.

➲ **comparaţie socială** Procesul de comparare a propriei persoane cu altele.

În cazul comparaţiei sociale, la fel ca în cazul aprecierii reflectate, unele persoane ne influenţează concepţia despre sine mai mult decît altele. Din acest motiv, un element esenţial în comparaţia socială îl reprezintă persoanele sau grupurile cu care ne comparăm. Persoanele pe care le folosim pentru a ne evalua caracteristicile sînt numite **grupuri de referinţă**.

➲ **grupuri de referinţă** Grupuri de persoane cu care se compară oamenii în procesul comparării sociale.

Etica în prim-plan: Industria publicității este aspru criticată pentru crearea de comparații nerealiste. Studenții dumneavoastră consideră că publicitatea are vreo vină? Cine motivează industria publicității? Cine este cu adevărat responsabil pentru promovarea imaginilor corporale nerealiste în mass-media tipărită și electronică?

În majoritatea cazurilor, grupurile noastre de referinţă sînt cei din aceleaşi categorii cu noi. De exemplu, sînt mai multe şanse să vă consideraţi inteligent dacă grupul dumneavoastră de referinţă îl constituie colegii de clasă, şi nu un grup de deţinători ai Premiului Nobel. La fel, probabil că vă veţi simţi mai bogat dacă vă comparaţi cu prietenii decît cu fondatorul companiei Facebook, Mark Zuckerberg, unul dintre cei mai tineri miliardari din lume.

Acestea sînt exemple extreme, dar studiile arată că oamenii aleg uneori grupuri de referinţă nerezonabile cînd se autoevaluează. Din păcate, compararea cu grupuri de referinţă nerezonabile poate fi frustrantă – şi chiar periculoasă. De exemplu, atît bărbaţii, cît şi femeile tind să-şi formeze imagini negative ale propriilor corpuri cînd se compară cu starurile de cinema sau cu manechinele. Ca reacţie, adesea se supun unor presiuni pentru a dobîndi un corp nerealist. În unele cazuri, această presiune conduce la tulburări de alimentaţie, care pot fi foarte grave sau pot pune în pericol viaţa[19].

Influenţele pe care tocmai le-am analizat – personalitatea şi biologia, cultura şi rolurile de gen, aprecierile reflectate şi comparaţia socială – pot influenţa semnificativ concepţia despre sine. Este important faptul că nici unul dintre aceşti factori nu acţionează separat asupra concepţiei despre sine, ci, mai degrabă, *toţi* concură la modelarea identităţii.

Conştientizarea şi managementul concepţiei despre sine

A comunica în mod competent, abil presupune şi conştientizarea concepţiei despre sine şi gestionarea influenţelor sale asupra comportamentului dumneavoastră. Două modalităţi prin care concepţia despre sine poate modela comportamentul comunicaţional sînt automonitorizarea şi predicţiile care se autoadeveresc.

AUTOMONITORIZARE. În capitolul 1, am definit automonitorizarea drept conştientizarea de către o persoană a felului în care arată şi vorbeşte sau a modului în care comportamentul său îi afectează pe ceilalţi. Amintiţi-vă că persoanele situate la capătul superior al scalei automonitorizării acordă atenţie felului în care reacţionează ceilalţi faţă de ei şi au capacitatea de a-şi adapta comunicarea după cum este nevoie. Invers, persoanele situate la capătul inferior al scalei exprimă orice gîndesc sau simt, fără să acorde atenţie impresiei pe care o creează.

Pentru a înţelege cum operează automonitorizarea, imaginaţi-vă că aţi aranjat ca prietenii dumneavoastră Jin şi Katie să se întîlnească fără să se cunoască. Fiind o persoană cu o capacitate de automonitorizare ridicată, Jin acordă mare atenţie hainelor sale şi îngrijirii personale, ca să se asigure că arată şi miroase bine. Katie, o persoană ce are o capacitate scăzută de automonitorizare, nu petrece mult timp gîndindu-se la astfel de lucruri. Pe parcursul întîlnirii, Jin este conştient de ceea ce spune, aşa încît dă impresia că este drăguţ, sociabil şi amuzant. Katie spune însă tot ce-i trece prin cap, fără să se gîndească la ce ar putea crede Jin. Jin observă dacă purtarea sa pare să o facă pe Katie să se simtă stînjenită şi îşi adaptează acţiunile în consecinţă, în timp ce Katie nu acordă o atenţie deosebită felului în care se comportă şi consecinţelor purtării sale în ceea ce-l priveşte pe Jin.

Etica în prim-plan: Deoarece mottoul lor ar putea fi „Ceea ce vezi este ceea ce vreau eu să vezi", persoanele cu o capacitate ridicată de automonitorizare a emoţiilor ar putea fi acuzate uneori de lipsă de sinceritate (nefiind oneste cu privire la gîndurile sau sentimentele lor). Este lipsit de etică să îţi monitorizezi intens emoţiile?

Cu siguranţă, automonitorizarea are avantaje. Persoanele cu o capacitate de automonitorizare ridicată tind să reuşească să facă impresia pe care şi-au propus-o, deoarece îşi conştientizează comportamentele şi reacţiile celorlalţi la acestea. Adesea, le este mai uşor decît persoanelor care

au o capacitate scăzută de automonitorizare să-i facă pe alţii să se simtă în largul lor în situaţii sociale. De asemenea, persoanele cu o capacitate de automonitorizare ridicată se pricep de obicei să-şi dea seama la ce se gîndesc alţii şi ce simt, capacitate care le conferă un avantaj clar în multe contexte sociale. Totuşi, o capacitate ridicată de automonitorizare are şi dezavantaje. Deoarece persoanele care au această capacitate sînt în permanenţă conştiente de sine şi de ceilalţi, le poate fi dificil să se relaxeze şi să „trăiască clipa". De asemenea, faptul că îşi pot adapta comportamentele pentru a crea o anumită impresie face ca celorlalţi să le fie greu să-şi dea seama ce anume gîndesc sau simt. Mottoul lor ar putea fi „Ceea ce vezi este ceea ce vreau eu să vezi"[20].

Temple Grandin, diagnosticată cu autism la o vîrstă fragedă, a învăţat să gestioneze cu succes dificultăţile comunicaţionale cauzate de boală. În prezent este specialist în zoologie la Colorado State University şi, totodată, este cunoscută în toată lumea pentru discursurile sale despre autism.

De asemenea, capacitatea scăzută de automonitorizare are avantaje şi dezavantaje. Ca avantaje, persoanele care au o capacitate de automonitorizare scăzută consumă mai puţin timp şi energie gîndindu-se la înfăţişare şi comportament, aşa că în multe situaţii sînt probabil mai relaxate decît persoanele cu o capacitate ridicată de automonitorizare. Într-adevăr, mottoul lor ar putea fi „Ce-i în guşă şi-n căpuşă". În plus, deoarece sînt mai puţin conştiente sau preocupate de impresiile pe care le fac, comunică adesea mai direct – şi pot fi considerate mai sincere şi mai demne de încredere. Concomitent, deoarece persoanele care au o capacitate scăzută de automonitorizare se pricep mai puţin decît persoanele care au o capacitate ridicată de automonitorizare să-şi adapteze comportamentul la necesităţile situaţiei, par adesea nesofisticate sau stîngace în societate. În consecinţă, există o probabilitate mai mare să facă o primă impresie nefavorabilă[21].

Unele afecţiuni pot inhiba automonitorizarea, printre acestea numărîndu-se şi autismul, o tulburare de dezvoltare care afectează capacitatea unei persoane de a avea interacţiuni sociale. Un raport din 2007 al Centrului pentru Controlul şi Prevenirea Bolilor (Center for Disease Control and Prevention) a relevat că, în medie, 1 din 150 de copii din SUA are o anumită formă de autism[22]. Deseori, persoanele cu autism nu reacţionează la ceilalţi. Ele evită în mod frecvent contactul vizual şi înţeleg cu dificultate gîndurile şi sentimentele altora. Acest obstacol le limitează capacitatea de a observa cum reacţionează alţii faţă de ei şi capacitatea de a-şi adapta comportamentele în consecinţă, două elemente fundamentale ale automonitorizării. Totuşi, în pofida acestor provocări, este posibil ca multe persoane cu autism să ducă o viaţă relativ independentă, productivă.

Cercetarea în prim-plan: Cercetătorii tind spre un anumit tip de predicţie care se autoadevereşte, numită *efectul aşteptării cercetătorului*. Acest efect apare atunci cînd aşteptările unui cercetător cu privire la rezultatul unui studiu îl determină să se comporte astfel încît respectivele rezultate să devină mai probabile. Din acest motiv, asistenţii de cercetare nu sînt adesea informaţi cu privire la predicţiile sau specificaţiile unui studiu, atunci cînd lucrează la el[iii].

[iii] Sheldrake, R. (1998). Experimenter effects in scientific research: How widely are they neglected? *Journal of Scientific Exploration*, 12, pp. 73-78.

Predicţiile care se autoadeveresc. Imaginaţi-vă că faceţi cunoştinţă cu o nouă colegă de serviciu pe care alte persoane au descris-o drept extrem de timidă. Pentru că nu vreţi să o faceţi să se simtă stînjenită, nu staţi mult timp de vorbă cu ea şi nu o invitaţi să ia prînzul împreună cu dumneavoastră şi cu prietenii dumneavoastră. În consecinţă, ea vă vorbeşte puţin toată ziua şi mănîncă singură, la biroul ei. Vă spuneţi în gînd : „Cred că aveau cu toţii dreptate în privinţa ei ; chiar *este* foarte timidă". De ce s-au adeverit aşteptările dumneavoastră în privinţa unei colege de serviciu timide? Cel mai probabil, acest lucru se datorează unui fenomen numit **predicţia care se autoadevereşte** – o situaţie în care o anticipare îi determină pe oameni să acţioneze şi să comunice în moduri care determină adeverirea respectivei predicţii.

➲ predicţie care se autoadevereşte Aşteptare ce induce comportamente care cauzează împlinirea aşteptărilor.

Iată un alt exemplu. Să presupunem că vă oferiţi voluntar în cadrul unui proiect de alfabetizare, după orele de curs, şi toţi vorbesc despre cît de mult le place noul director al

programului. Deoarece toţi ceilalţi par să-l simpatizeze, vă aşteptaţi să-l simpatizaţi şi dumneavoastră. Prin urmare, cînd îl cunoaşteţi, comunicaţi într-un mod pozitiv, deschis. Vă prezentaţi în hol şi îl ascultaţi cu interes cînd vă povesteşte despre experienţele sale. În schimb, el se poartă prietenos. În consecinţă, îl simpatizaţi! S-a întîmplat următorul lucru: aşteptările dumneavoastră („Voi simpatiza această persoană!") v-au determinat să vă comportaţi într-un anumit mod (i-aţi vorbit prietenos; nu l-aţi întrerupt în timp ce vorbea despre sine), care a condus la adeverirea aşteptărilor (s-a purtat prietenos cu dumneavoastră: în consecinţă, l-aţi simpatizat).

Cum influenţează predicţiile care se autoadeveresc modul în care comunicăm? Uneori, aşteptările noastre ne influenţează comportamentul comunicaţional, ca, de exemplu, atunci cînd credem că vom avea o zi proastă şi chiar avem o zi proastă. La fel, cînd ne aşteptăm ca relaţiile noastre să meargă prost, ne comportăm astfel încît le sabotăm, iar cînd ne aşteptăm să fim respinşi sub aspect social, percepem respingerea şi reacţionăm la ea chiar dacă de fapt aceasta nu există[23].

AVEŢI APTITUDINI?

PREDICŢIA CARE SE AUTOADEVEREŞTE

Influenţează comportamentele comunicaţionale ale celorlalţi într-o manieră pozitivă.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să folosiţi în avantajul dumneavoastră expectaţii care se auto-îndeplinesc, în comunicarea interpersonală.	Pentru a reuşi să optimizaţi interacţiunile potenţial controversate – de exemplu, dacă rugaţi un profesor să vă mărească nota pe care v-a dat-o pentru o anumită sarcină de lucru.	1. Să presupunem că stabiliţi o întîlnire pentr a-i cere profesor lui dumneavoastră să vă mărească nota. Înainte de conversaţie, repetaţi-vă mesaje pozitive precum: „Acest profesor se va comporta binevoitor şi corect cu mine" şi „Va recunoaşte că sînt inteligent şi integru". 2. Amintiţi-vă mintal aceste mesaje, la începutul conversaţiei. În toate modurile posibile, comportaţi-vă ca şi cum respectivele afirmaţii sînt deja adevărate.	1. Împreună cu un coleg de clasă, prieten sau coleg de serviciu, purtaţi o conversaţie pe roluri despre o interacţiune dificilă *diferită*. Nu îi comunicaţi dinainte persoanei respective aşteptările dumneavoastră. 2. După aceea, discutaţi despre ce a mers bine în timpul conversaţiei şi ce ar fi putut să optimizeze respectiva conversaţie. Cereţi-i celeilalte persoane să identifice comportamentele pe care le-aţi adoptat şi care au contribuit la optimizarea conversaţiei. Identificaţi modurile în care credeţi că aşteptările dumneavoastră au influenţat comportamentul partenerului.

ANALIZAŢI: ***Cum a contribuit la obţinerea rezultatelor pozitive faptul că aţi avut aşte[...] pozitive cu privire la conversaţie?***

La fel cum propriile aşteptări ne pot influenţa comportamentul, şi aşteptările altor persoane ni-l pot influenţa. În cadrul unui studiu, cîţiva studenţi au fost informaţi că o anumită femeie era atrasă de ei, iar altora li s-a spus că nu era atrasă de ei. După ce fiecare bărbat a avut o conversaţie cu femeia respectivă, cercetătorii au descoperit o predicţie care se autoadevereşte: cînd un bărbat credea că femeia este atrasă de el, ea tindea să se comporte ca şi cum ar fi fost atrasă de el[24]. Cea mai probabilă explicaţie pentru acest rezultat este faptul că bărbaţii care credeau că femeia este atrasă de ei au comunicat cu ea într-un mod prietenos, deschis, determinînd-o să răspundă cu comportamente comunicaţionale similare şi astfel să se poarte ca şi cum ar fi fost atrasă de ei.

Studiile relevă că aşteptările altor oameni ne pot determina să ne comportăm într-un mod care să ne confirme aşteptările într-o diversitate de situaţii, printre care gestionarea relaţiilor, capacitatea de a ne vindeca de boli şi chiar productivitatea la locul de muncă[25]. Puteţi folosi această informaţie pentru a contribui la generarea unor interacţiuni pozitive cu ceilalţi, după cum ilustrează caseta „Aveţi aptitudini? ".

Trebuie să facem o precizare cu privire la predicţiile care se autoadeveresc. Pentru ca o predicţie să se autoadeverească, nu este suficient să vă aşteptaţi să se întîmple ceva, iar apoi respectivul lucru chiar se va întîmpla. Mai degrabă, aşteptarea dumneavoastră face lucrurile să se întîmple. Pentru a exemplifica acest lucru, să presupunem că v-aţi aşteptat ca ieri să plouă, şi a plouat. Aceasta nu este o predicţie care s-a autoadeverit, deoarece nu predicţia dumneavoastră a cauzat ploaia - ar fi plouat indiferent dacă aţi crezut că va ploua sau nu. Cu alte cuvinte, predicţia dumneavoastră s-a adeverit, dar nu s-a *autoadeverit*. O predicţie care se autoadevereşte este una în care predicţia însăşi determină comportamentul care o determină să se adeverească.

ÎNVĂŢAŢI Ce înseamnă afirmaţia conform căreia concepţiile despre sine sînt parţial subiective? Găsiţi asemănări şi deosebiri între aprecierea reflectată şi comparaţia socială, ca influenţe asupra dezvoltării unei concepţii despre sine. Care sînt avantajele şi dezavantajele asociate cu o capacitate redusă de automonitorizare a emoţiilor?

APLICAŢI Creaţi o versiune a figurii 3.1, cu referire la dumneavoastră. În jurul figurii din mijloc, desenaţi între şase şi opt imagini care să reprezinte imagini diferite ale sinelui. Desenaţi apoi trei sau patru imagini noi ale sinelui ce nu reprezintă persoana care sînteţi, ci persoana care v-aţi dori să deveniţi. Lîngă fiecare dintre aceste imagini ideale ale sinelui, scrieţi cîte o afirmaţie care să descrie ce puteţi face pentru a vă apropia mai mult de acel sine ideal.

REFLECTAŢI Cum susţin şi consolidează prietenii şi rudele dumneavoastră percepţiile pe care le aveţi despre sine? Dacă ar trebui să creaţi o capsulă a timpului care să vă descrie pentru generaţiile viitoare şi aţi putea include doar cinci lucruri, ce anume aţi alege? De ce?

2. Valorizarea sinelui: stima de sine

În serialul de televiziune *Drop Dead Diva*, personajul principal aspiră să devină manechin, iar după ce este omorîtă într-un accident de maşină, revine la viaţă în corpul unei avocate supraponderale. Iniţial oripilată de modificarea aspectului ei fizic, învaţă în curînd să-şi aprecieze inteligenţa şi cunoştinţele. Învăţînd să-şi valorizeze nu numai înfăţişarea, ajunge la un nivel de încredere în sine de care nu dispunea în viaţa anterioară.

În serialul Drop Dead Diva, *personajul lui Brooke Elliott descoperă că stima de sine depinde de mult mai multe lucruri decît doar de înfăţişare.*

Ce părere aveţi despre *dumneavoastră*? Sînteţi mulţumit de felul în care arătaţi? De realizările dumneavoastră? De personalitatea dumneavoastră? De relaţii? Vă simţiţi încrezător şi mîndru de cine sînteţi? Aceste întrebări vă cer să vă gîndiţi la **stima de sine**, la evaluarea subiectivă a valorii dumneavoastră ca persoană.

➲ **stima de sine** Evaluare subiectivă a unei persoane asupra propriei valori.

Mulţi oameni au speculat cu privire la valoarea unei stime de sine sporite, dar rezultatele studiilor sînt mixte. După cum vom vedea, unele comportamente şi caracteristici par să fie amplificate de o stimă de sine mare.

Altele par să fie amplificate, dar de fapt nu sînt. În această secţiune, vom analiza ce înseamnă o stimă de sine sporită sau redusă şi vom investiga cum anume caracteristici precum sexul sau cultura ne influenţează stima de sine. Vom încheia axîndu-ne pe trei nevoi interpersonale care interacţionează cu stima de sine, influenţînd modul în care comunicăm cu ceilalţi.

Avantaje şi dezavantaje ale stimei de sine

Urmăriţi orice talk-show sau uitaţi-vă pe rafturile cu cărţi de autoajutorare din orice librărie şi veţi descoperi destule discuţii cu privire la importanţa stimei de sine. Adesea se consideră că o stimă de sine sporită amplifică performanţele academice şi îi fereşte pe oameni de stres, în timp ce o stimă de sine redusă este considerată adesea cauza fundamentală a delincvenţei juvenile şi a comportamentului antisocial. Astfel de convingeri au determinat mulţi părinţi, profesori şi agenţii guvernamentale să acorde o atenţie sporită îmbunătăţirii stimei de sine a copiilor, ca modalitate de a-i ajuta să devină adulţi de succes.

În parte, aceste idei par să fie corecte deoarece sînt atractive în mod intuitiv. Este uşor de crezut că, dacă ai o opinie bună despre tine, vei avea mai mult succes la şcoală, în carieră şi în relaţii. Deşi studiile arată că stima de sine are unele beneficii importante, ele sugerează totodată că este posibil să acordăm stimei de sine mai multă importanţă decît i se cuvine.

Subiect de discuţie: Valoarea unei stime de sine sporite este atît de des susţinută în mass-media şi în instituţiile educaţionale, încît unor studenţi le poate fi dificil chiar şi să pună sub semnul întrebării acest lucru. Folosiţi exemplul următor pentru a ilustra ideea că nu tot ceea ce „ştim" despre comunicarea interpersonală este neapărat adevărat. Unul dintre avantajele frecventării unui curs de comunicare interpersonală este faptul că îi poate încuraja pe studenţi să-şi pună la îndoială presupunerile – de exemplu, presupunerea că o stimă de sine crescută este întotdeauna benefică.

Stima de sine şi comportamentul social. Menţinerea unei imagini pozitive a sinelui pare să aibă unele avantaje în ceea ce priveşte comportamentul. În comparaţie cu persoanele cu o stimă de sine redusă, persoanele cu o stimă de sine sporită sînt în general mai sociabile şi mai dispuse să comunice[26]. După ce au încercat să îndeplinească o sarcină dificilă şi au renunţat, ele se străduiesc şi mai mult a doua oară să se achite de ea[27]. Se simt mai bine iniţiind relaţii şi tind într-o măsură mai mare să creadă că manifestările de iubire şi sprijin ale partenerilor lor sînt sincere[28]. Totuşi, nu au neapărat mai mulţi prieteni decît persoanele cu o stimă de sine redusă. În plus, cînd relaţiile lor întîmpină probleme, au tendinţa de a pune capăt relaţiilor respective şi de a căuta altele noi[29].

O serie de cercetători au presupus că stima de sine redusă este asociată cu comportamentul antisocial, îndeosebi în rîndul adolescenţilor şi al tinerilor adulţi. Ei sugerează că persoanele care au o concepţie despre sine negativă tind într-o proporţie mai mare să se comporte agresiv cu cei din jur, să consume droguri sau alcool în exces şi să-şi înceapă viaţa sexuală mai devreme decît persoanele cu o imagine mai bună despre sine. Totuşi, studiile nu atestă aceste idei. De fapt, persoanele agresive tind să aibă o stimă de sine sporită, nu redusă[30]. În plus, dovezile sugerează că stima de sine nu este asociată cu băutura sau cu abuzul de droguri, cel puţin nu printre adolescenţi[31].

Un scenariu asemănător survine şi în cazul sexualităţii adolescenţilor: adolescenţii cu o stimă de sine sporită sînt mai înclinaţi să-şi înceapă viaţa sexuală şi să aibă comportamente sexuale riscante, în comparaţie cu adolescenţii cu o stimă de sine scăzută[32]. O explicaţie pentru aceste concluzii ar fi faptul că stima de sine sporită le conferă unor adolescenţi încredere în capacitatea lor de a triumfa într-o dispută, de a atrage un partener sexual sau de a evita problemele asociate cu comportamentele sexuale riscante, determinîndu-i să fie mai înclinaţi să se implice în aceste tipuri de interacţiuni. În schimb, stima de sine scăzută îi poate face pe alţi adolescenţi să evite astfel de situaţii.

Unele studii indică faptul că problemele asociate cu stima de sine redusă – printre care se numără anxietatea socială, singurătatea şi depresia – îi pot determina pe oameni să folosească Internetul drept modalitate de a scăpa de aceste probleme. Deşi Internetul este o sursă bogată de informaţii, amuzament şi oportunităţi de socializare, a conta exclusiv pe Internet drept substitut pentru relaţiile interpersonale poate fi problematic. După cum am detaliat în caseta

„Conectaţi-vă", utilizarea Internetului poate da dependenţă pentru cei care îl transformă într-o modalitate de a scăpa de dificultăţile de ordin social[33].

STIMA DE SINE ŞI CUM NE VEDEM PE NOI ÎNŞINE ŞI PE CEILALŢI. Studiile indică faptul că persoanele cu o stimă de sine sporită sînt mai mulţumite de existenţa lor decît persoanele cu o stimă de sine redusă[34]. Această descoperire este adevărată la nivelul întregii lumi, deşi în ţările ce au culturi individualiste – care pun accentul pe importanţa sinelui – există o relaţie mai intensă între fericire şi stima de sine decît în alte ţări, care au culturi colectiviste – ce pun accentul pe necesităţile grupului sau ale comunităţii[35]. În plus, persoanele cu o stimă de sine sporită prezintă un risc mai scăzut de depresie[36] şi au o capacitate sporită de a recunoaşte şi de a gestiona emoţiile, aptitudine pe care cercetătorii o numesc *inteligenţă emoţională*[37].

În schimb, persoanele cu o imagine mai puţin măgulitoare despre sine adoptă emoţii şi modalităţi mai negativiste de a analiza şi de a gestiona situaţiile. Tind să îi judece mai mult pe cei din jur, în comparaţie cu persoanele cu o stimă de sine sporită[38]. De asemenea, au înclinaţia de a vorbi depreciativ la adresa altora şi de a exprima prejudecăţi rasiale[39]. Cînd alţii îi contrazic, răspund adesea prin critici excesive, ca să apară mai impresionanţi[40]. Unele studii au mai evidenţiat că o stimă de sine redusă în copilărie anticipează gînduri legate de sinucidere[41] şi tentative de suicid[42] în adolescenţă sau la începutul perioadei adulte.

Subiect de discuţie: De ce persoanele cu o stimă de sine redusă sînt mai înclinate să vorbească depreciativ despre alţii sau să exprime prejudecăţi rasiale?

Conec @ţi-vă

RECUNOAŞTEŢI INDICIILE: DEPENDENŢA DE INTERNET

Studiile relevă că persoanele cu probleme psihosociale – incluzînd singurătatea şi stima de sine redusă – se pot baza mult pe Internet, ca modalitate de a scăpa de problemele respective. Deşi a petrece un anumit timp online poate fi o distragere plăcută de la stresul cotidian, folosirea în exces a Internetului se poate transforma într-o adicţie. Dependenţa nu este doar un obicei, ci un lucru dificil sau imposibil de controlat. Dependenţa de Internet poate afecta relaţiile interpersonale, distrăgînd atenţia de la persoanele importante din existenţa unui om. Cum vă puteţi da seama dacă riscaţi acest lucru? Iată cîteva indicii de care trebuie să ţineţi cont:

- *Nu vă mai daţi seama cît timp petreceţi online.* Accesaţi adesea Internetul, pentru perioade mai lungi decît vă daţi seama. Întîrziaţi la şcoală, la serviciu sau la întîlniri, din cauza timpului petrecut online.
- *Aveţi dificultăţi legate de efectuarea unor sarcini la serviciu sau acasă.* Sînteţi atît de ocupat să fiţi online, încît nu mai faceţi treburile gospodăreşti, de exemplu, spălatul rufelor sau cumpărăturile. Uneori rămîneţi la serviciu peste program, ca să navigaţi pe Internet.
- *Vă simţiţi izolat de prieteni şi familie.* Începeţi să aveţi impresia că nimeni din viaţa reală nu vă înţelege ca prietenii online. Renunţaţi la activităţi sociale, ca să vă petreceţi timpul pe Internet.
- *Minţiţi în legătură cu utilizarea Internetului.* Găsiţi modalităţi de a vă ascunde activităţile online. Vă minţiţi prietenii, rudele şi colegii cu privire la cît timp petreceţi online sau ce anume faceţi online.

Dacă suferiţi de dependenţă de Internet, aveţi cui să îi cereţi ajutorul. Vorbiţi cu cineva de la centrul de consiliere din instituţia de învăţămînt pe care o frecventaţi. Persoana respectivă vă poate ajuta să găsiţi modalităţi mai productive de a vă satisface necesităţile emoţionale şi sociale şi poate colabora cu dumneavoastră pentru a scăpa de dependenţa de Internet, devenind o sursă de sprijin pentru stima dumneavoastră de sine.

Sursa: Center for Internet Addiction and Recovery: www.netaddiction.com.

STIMA DE SINE ŞI PERFORMANŢELE. În şcoli se pune mare accent pe stima de sine şi pe efectele sale asupra rezultatelor academice ale elevilor. În opinia multora, o stimă de sine sporită le dă elevilor încrederea de a se strădui şi de a avea succese şcolare. De asemenea, se mai afirmă că stima de sine redusă este adesea cauza notelor mici.

Subiect de discuţie: Motivaţia de a proteja stima de sine a studenţilor a determinat unele universităţi să elimine notele. Ce opinie au studenţii cu privire la aceste strategii?

Aceste convingeri i-au determinat pe părinţi şi pe profesori să implementeze strategii de amplificare a stimei de sine. O abordare destul de comună constă în diminuarea sau eliminarea competiţiei dintre elevi, îndeosebi a competiţiei bazate pe rezultatele la învăţătură. De exemplu, multe şcoli refuză să publice liste cu cei mai buni elevi, de teamă că recunoaşterea meritelor celor cu rezultate deosebite va diminua stima de sine a elevilor care nu au obţinut notele necesare pentru a se situa în rîndul acestora. Unele şcoli chiar au eliminat notele[43]. Unele districte şcolare din SUA au renunţat şi să mai participe la concursul National Spelling Bee deoarece în fiecare an cîştigătorul poate fi cîte un singur elev din fiecare clasă, tradiţie care – spun observatorii îngrijoraţi – ar putea afecta stima de sine a altor copii[44]. Aceste strategii şcolare şi altele asemănătoare se bazează pe ideea conform căreia competiţia este problematică din cauză că elevii care nu ies cîştigători vor suferi o diminuare a stimei de sine care, la rîndul său, le va scădea performanţele academice.

Totuşi, studiile arată că eforturile de a proteja stima de sine a elevilor au efecte reduse. De fapt, conform cîtorva studii, stima de sine a elevilor este asociată în foarte mică măsură cu performanţele lor şcolare[45]. De exemplu, unele studii nu au descoperit nici o corelaţie între stima de sine a elevilor şi notele lor la testele standardizate[46]. Cel puţin un studiu a relevat că încercarea de a amplifica stima de sine a elevilor poate avea rezultate contrare celor scontate şi îi poate determina pe aceştia să aibă rezultate mai slabe[47]. Aceasta se poate datora faptului că amplificarea stimei de sine a elevilor îi determină să aibă atîta încredere în capacităţile lor înnăscute, încît învaţă mai puţin decît ar face-o în alte condiţii.

Este important de ştiut că aceste concluzii nu sînt adevărate numai în privinţa elevilor. Dovezile sugerează că stima de sine nu este corelată, în general, cu performanţele la locul de muncă[48]. De exemplu, conform unor studii, stima de sine sporită nu oferă nici un avantaj pentru rezolvarea exerciţiilor de matematică[49] sau a altor sarcini care necesită sensibilitate la comportamente nonverbale[50], două componente comune multor locuri de muncă.

Unele districte şcolare au renunţat să mai participe la concursul National Spelling Bee, pentru a proteja stima de sine a elevilor.

Pe scurt, stima de sine sporită constituie un avantaj real, din unele puncte de vedere, de exemplu, ne face mai fericiţi. În alte privinţe, cum ar fi prevenirea delincvenţei sau îmbunătăţirea rezultatelor şcolare, ea nu are beneficii anume. Aceste rezultate mixte nu înseamnă că nu ar trebui să luăm în considerare stima noastră de sine sau cea a persoanelor din jur, ci mai degrabă că beneficiile unei stime de sine sporite se limitează în mare măsură la domeniile social şi emoţional şi pot să nu fie atît de extinse precum se considera altădată.

În opinia multora, stima de sine diferă în funcţie de sex şi de fondul cultural. Vom analiza în continuare în ce măsură aceste variaţii sînt adevărate.

Cultura, sexul şi stima de sine

Sexul şi cultura exercită influenţe atît de puternice asupra existenţei noastre, încît este uşor să presupunem că ele afectează aproape totul, sub aspectul a ceea ce sîntem şi a felului în care comunicăm. Totuşi, efectele nu sînt întotdeauna cele pe care le-am anticipa.

CULTURA ŞI STIMA DE SINE. Mulţi ar putea presupune că minorităţile etnice din Statele Unite ar avea o stimă de sine mai redusă decît albii nonhispanici – care alcătuiesc grupul etnic majoritar – din cauza stigmatelor sociale cu care se confruntă adesea minorităţile[51]. De fapt, studiile relevă o situaţie oarecum diferită. Conform psihologilor Jean Twenge şi Jennifer Crocker, hispano-americanii, amerindienii şi americanii de origine asiatică tind să considere că au o stimă de sine mai redusă decît albii nonhispanici[52]. Totuşi, începînd cu anii '80,

afro-americanii au declarat că au stima de sine cea mai sporită dintre toate grupurile etnice din SUA, inclusiv albii nonhispanici[53]. Diferenţele dintre aceste grupuri nu sînt mari, dar s-au menţinut relativ constante în ultimele decenii.

Dacă minorităţile etnice sînt discriminate şi stigmatizate social, cum îşi menţin ele stima de sine ? Cercetătorii cred că grupurile marginalizate social – categorie care poate include şi minorităţile sexuale, şi persoanele cu dizabilităţi – folosesc trei strategii generale. În primul rînd, valorizează lucrurile la care excelează. De exemplu, dacă un grup excelează în domeniul academic, atletic sau artistic, respectivul grup va pune un accent mai mare pe activităţile respective decît pe activităţile la care înregistrează rezultate mai puţin impresionante. În al doilea rînd, tind să-şi pună problemele mai degrabă pe seama prejudecăţilor societăţii decît pe seama propriilor comportamente sau decizii. În al treilea rînd, asemenea majorităţii oamenilor, se compară mai mult cu cei din propriul grup decît cu persoane din alte grupuri[54].

Subiect de discuţie: Unii profesori consideră că frecventarea şcolilor segregate pe sexe amplifică stima de sine, atît a băieţilor, cît şi a fetelor. Întrebaţi-vă studenţii ce părere au despre această strategie şi dacă ei cred că ar da sau nu rezultate.

Începînd cu anii '80, afro-americanii au raportat cel mai înalt nivel al stimei de sine dintre grupurile etnice din SUA.

SEXUL ŞI STIMA DE SINE. Spre deosebire de cultură, sexul, drept categorie distinctă, nu pare să influenţeze stima de sine. În pofida rapoartelor alarmante conform cărora fetele suferă de o deficienţă de stimă de sine[55], nu există dovezi ştiinţifice care să sprijine această afirmaţie, nici în privinţa copiilor, nici a adulţilor. De fapt, în rîndul minorităţilor etnice, femeile americane au o stimă de sine mai mare decît bărbaţii americani. Totuşi, în rîndul albilor nonhispanici nu există diferenţe[56]. Unii experţi sugerează că, în cazul minorităţilor etnice, experienţele de discriminare rasială afectează într-o măsură mai mare stima de sine a bărbaţilor decît a femeilor. Această teorie ar putea explica de ce bărbaţii au o stimă de sine mai scăzută decît femeile, în rîndul minorităţilor etnice, dar nu şi în rîndul albilor nonhispanici, cel puţin în Statele Unite[57].

Am observat că stima de sine ne ajută în unele privinţe, iar în altele nu, iar acest fapt variază în funcţie de cultură şi de sex, dar nu întotdeauna aşa cum ne-am aştepta. În următoarea secţiune vom asocia mai strîns stima de sine cu comunicarea interpersonală, examinînd trei necesităţi interpersonale fundamentale care par facilitate de stima de sine.

Sinele şi necesităţile interpersonale

În *teoria necesităţilor interpersonale*, elaborată de specialistul în psihologie socială Will Schutz, acesta susţine că stima de sine interacţionează cu trei necesităţi interpersonale importante, influenţîndu-ne comunicarea cu ceilalţi : nevoia de control, nevoia de includere şi nevoia de afecţiune. După cum vom vedea, fiecare dintre aceste necesităţi ne motivează să interacţionăm cu alţi oameni într-un anumit fel.

Subiect de discuţie: Studenţii pot folosi acronimul CIA pentru a-şi aminti cele trei necesităţi interpersonale postulate de Schutz: nevoia de control, includere şi afecţiune.

NEVOIA DE CONTROL. Cu toţii resimţim **nevoia de control**, care ne motivează să ne menţinem un anumit grad de influenţă în relaţiile noastre. În copilărie, ne bazam aproape complet pe cei care ne îngrijeau, care luau decizii în numele nostru. Totuşi, pe măsură ce am crescut, a trebuit să avem un rol tot mai decisiv în determinarea parcursului relaţiilor noastre. În multe relaţii, oamenii împart controlul, astfel încît fiecare persoană să poată decide într-o anumită măsură ce anume se întîmplă. Adesea, sîntem mai puţin satisfăcuţi în relaţii, cînd simţim că nu avem nici un control[58].

➲ **nevoia de control** Necesitatea unei persoane de a dispune de o doză de control într-o relaţie.

Conform studiilor, cu cît stima de sine a unei persoane este mai amplă, cu atît persoana respectivă simte că deţine într-o mai mare măsură controlul asupra evenimentelor din existenţa sa[59]. La fel, mulţi dintre noi avem nevoie să renunţăm din cînd în cînd la control. La fel cum sîntem nesatisfăcuţi cînd deţinem controlul într-o măsură prea mică, ne putem simţi depăşiţi de responsabilitatea de a avea prea mult control. Faptul că le permitem altora să exercite o influenţă asupra noastră constituie o componentă importantă a caracterului interdependent al relaţiilor personale. Prin urmare, adesea sîntem mai satisfăcuţi dacă deţinem o doză moderată de control.

NEVOIA DE INCLUDERE. **Nevoia de includere** este nevoia noastră de integrare, de a fi incluşi în activităţile altora şi de a avea contacte umane pozitive. Unii dintre noi au o nevoie mai intensă de a fi incluşi, în comparaţie cu alţii, dar chiar şi oamenii pe care i-am descrie drept singuratici au nevoie de o anumită doză de interacţiune cu ceilalţi. Studiile relevă că oamenii pot simţi detresă mintală şi fizică atunci cînd nu le este satisfăcută nevoia de a fi incluşi[60]. Prin urmare, în cazul persoanelor cu o nevoie sporită de includere, şansele de a întemeia şi de a menţine relaţii interpersonale le amplifică stima de sine.

> ➲ **nevoia de includere** Nevoia de a aparţine unui grup social şi de a fi inclus în activităţile altora.

Dintr-o perspectivă diferită, persoanele cu o stimă de sine sporită tind să fie mai sociabile şi mai extrovertite decît cele cu o stimă de sine redusă. Din această cauză, ele pot fi mai motivate să caute relaţii care le vor satisface nevoia de includere[61]. De exemplu, pot avea o tendinţă mai mare de a se alătura unor grupuri sociale, unor organizaţii religioase sau unor echipe sportive, pentru a cunoaşte alte persoane. Cu toate acestea, chiar şi persoanele cu o nevoie sporită de includere îşi pot dori să aibă perioade de solitudine.

NEVOIA DE AFECŢIUNE. În cele din urmă, fiecare dintre noi are **nevoie de afecţiune**. Trebuie să avem în viaţa noastră oameni care ne iubesc, care ne apreciază şi care ne comunică afecţiunea lor. De asemenea, avem nevoie să oferim dragoste şi intimitate altora. Unii cercetători consideră că oamenii se nasc cu capacitatea de a oferi afecţiune, iar studiile arată că, cu cît oamenii primesc şi oferă mai multă afecţiune, cu atît sînt mai sănătoşi şi mai fericiţi[62]. De asemenea, persoanele cu o stimă de sine sporită tind să-şi exprime mai intens sentimentele de afecţiune, în comparaţie cu persoanele cu o stimă de sine redusă[63].

> ➲ **nevoia de afecţiune** Nevoia de a oferi şi de a primi dovezi de dragoste şi de apreciere.

PE SCURT • NECESITĂŢILE INTERPERSONALE POSTULATE DE SCHUTZ

Nevoia de control • Necesitatea noastră de a dispune de o doză de control într-o relaţie
Nevoia de includere • Nevoia de a aparţine unui grup social şi de a avea un contact pozitiv cu alţii
Nevoia de afecţiune • Nevoia noastră de a ne simţi iubiţi şi apreciaţi

În secţiunea „Pe scurt" sînt sintetizate cele trei necesităţi interpersonale propuse de Schutz. Schutz consideră că toate cele trei necesităţi sînt fundamentale, adică toată lumea le are într-o anumită măsură. În plus, cu cît aceste necesităţi sînt mai mari, susţine el, cu atît sîntem mai motivaţi să căutăm şi să stabilim relaţii cu persoane care ne pot ajuta să ni le satisfacem. Persoanele cu o stimă de sine sporită nu au neapărat nevoi mai intense de includere, afecţiune şi control, în comparaţie cu ceilalţi, dar par să aibă mai mult succes în satisfacerea respectivelor necesităţi, prin comunicarea cu alţi oameni.

ÎNVĂŢAŢI! Ce comportamente sociale sînt amplificate de o stimă de sine sporită? Cum diferă stima de sine în funcţie de apartenenţa la sex sau la diverse grupuri etnice? Care sînt cele trei necesităţi interpersonale pe care Schutz le consideră fundamentale?

APLICAŢI În această săptămînă, propuneţi-vă să vă exprimaţi afecţiunea – în orice mod simţiţi că este natural – faţă de membrii apropiaţi ai familiei, de colegii de serviciu şi/sau de prieteni. Apoi, într-un raport scurt, descrieţi concis două sau trei exemple de astfel de exprimări ale afecţiunii şi explicaţi cum anume eforturile dumneavoastră v-au satisfăcut atît nevoia proprie de afecţiune, cît şi pe cea a altora.

REFLECTAŢI Cînd aveţi o opinie mai bună sau mai proastă despre sine? Ce factori, în afară de sex şi cultură, credeţi că mai influenţează stima de sine?

3. Prezentarea sinelui: managementul imaginii

După cum am precizat, concepţia despre sine este asociată cu *felul în care vă percepeţi*. Totuşi, cînd comunicaţi interpersonal, vă preocupă şi *felul în care vreţi să vă perceapă ceilalţi*. În unele situaţii, vă puteţi dori ca alţii să vă perceapă ca fiind prietenos, sociabil şi amuzant. În alte situaţii, puteţi vrea ca oamenii să vă considere de încredere, competent şi serios. Poate că există circumstanţe în care v-ar plăcea să credeţi că ceilalţi vă consideră independent şi deschis.

Cînd vă gîndiţi la cum ar vrea să vă perceapă alţii, luaţi în considerare tipul de **imagine** pe care vreţi să o reflectaţi. În această secţiune, vom vedea că gestionarea imaginii proprii este un proces colaborativ, multidimensional şi complex. De asemenea, vom analiza contribuţiile unei cercetătoare în domeniul comunicării, Myra Goldschmidt, ale sociologului Erving Goffman şi ale altor specialişti ale căror lucrări ne ajută să înţelegem procesul managementului imaginii.

➲ **Imagine** Modul în care o persoană doreşte să fie văzută sau percepută de ceilalţi.

Principiile managementului imaginii

Descriind apariţia reţelei Facebook, filmul *The Social Network* (*Reţeaua de socializare*, 2010) examinează întrebarea dacă fondatorul său, Mark Zuckerberg, a descoperit singur ideea pentru site-ul de socializare sau a preluat-o de la trei colegi. Cînd colegii lui Zuckerberg îl dau în judecată pentru furtul proprietăţii intelectuale, în depoziţiile sale legale dă dovadă de agresivitate, lipsă de răbdare şi condescendenţă. Parţial din cauza modului în care s-a comportat Zuckerberg, unul dintre avocaţii săi spune că vor repeta un al doilea proces în afara tribunalului. Avocata respectivă consideră că impresia pe care ar face-o Zuckerberg într-un proces ar determina juraţii să aibă o opinie extrem de nefavorabilă.

Filmul Reţeaua de socializare *îl prezintă pe Mark Zuckerberg ca fiind puţin preocupat de managementul propriei imagini. În schimb, majoritatea oamenilor acordă atenţie felului în care vor să fie percepuţi de ceilalţi.*

Cînd scopul dumneavoastră este să creaţi o primă impresie pozitivă, aţi auzit probabil că este cel mai bine „să fiţi dumneavoastră înşivă". Într-adevăr, mulţi oameni încearcă să proiecteze o imagine care reflectă cu fidelitate concepţia lor despre sine. Totuşi, de multe ori, modul în care acţionaţi reflectă o imagine specifică pe care vreţi să o proiectaţi, iar apoi vă adaptaţi comportamentul în consecinţă. Proiecţia respectivă ar putea fi „dumneavoastră înşivă" sau o imagine adecvată ocaziei sau rezultatului pe care îl doriţi. Acesta este procesul de **management al imaginii**. Vom analiza trei principii fundamentale ale acestui proces:

Subiect de discuţie: Există momente în care „fii tu însuţi" nu constituie un sfat bun?

➲ **managementul imaginii** Procesul proiectării imaginii pe care dorim să o avem în public.

- Managementul imaginii se bazează pe colaborare.
- Gestionăm identităţi multiple.
- Managementul imaginii este un proces complex.

MANAGEMENTUL IMAGINII PRESUPUNE COLABORARE. Într-o anumită măsură, managementul imaginii proprii este un proces individual. La urma urmei, imaginea dumneavoastră vă aparţine. De asemenea, beneficiaţi de foarte mult ajutor în gestionarea imaginii proprii, din partea oamenilor din jur. După cum a sugerat psihologul Dan McAdams, fiecare dintre noi îşi elaborează o *poveste a vieţii* sau un mod de a ne prezenta celorlalţi, care se bazează pe concepţia despre sine, dar este şi influenţat de alţi oameni[64].

Dacă ceilalţi vă acceptă imaginea pe care o înfăţişaţi, vor tinde să se comporte într-un mod care încurajează imaginea respectivă. Să presupunem că vă consideraţi o persoană încrezătoare şi proiectaţi în jur această imagine. Dacă alţi oameni vă consideră încrezător, vă vor trata ca şi cum aţi fi – iar reacţia lor faţă de dumneavoastră vă va consolida acea componentă a identităţii, în mintea dumneavoastră. Dacă persoanele din jur nu acceptă însă imaginea pe care o portretizaţi, ele vă pot considera mai puţin credibil sau nedemn de încredere. Dacă încercaţi să păreţi o cu totul altă persoană sau portretizaţi o imagine care nu este autentică, este posibil ca oamenii din jur să nu vă ia în serios.

GESTIONĂM IDENTITĂŢI MULTIPLE. Ţineţi cont de faptul că toate persoanele cu care interacţionaţi vă cunosc doar într-un anumit context. Aveţi un cerc de prieteni care vă cunosc în calitate de prieten. Membrii familiei vă cunosc ca mamă, ca fiu, ca mătuşă, ca frate, ca văr sau ca nepot. Şeful şi colegii de serviciu vă cunosc în calitate de angajat. Medicul şi dentistul dumneavoastră vă cunosc în calitate de pacient, profesorii vă cunosc ca student, iar proprietarul vă cunoaşte în calitate de chiriaş.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să aleagă trei sau patru persoane care îi cunosc în contexte foarte diferite, de exemplu, un unchi, un client, un coleg de cameră şi un medic. Spuneţi-le studenţilor să scrie un paragraf scurt, descriindu-se – pe ei înşişi – din perspectiva fiecăreia dintre persoanele respective. Rugaţi-i să comenteze ce aspecte ale identităţii lor se regăsesc în fiecare descriere şi care diferă.

În mod semnificativ, fiecare dintre aceste contexte are propriile sale aşteptări distinctive, aşa încît probabil că prezentaţi o identitate oarecum distinctă în fiecare. Probabil comunicaţi diferit la serviciu şi acasă, iar prietenii dumneavoastră vă cunosc altfel decît profesorii. Ideea este că toţi gestionăm identităţi multiple; cu alte cuvinte, arătăm diverse imagini ale noastre unor oameni diferiţi din existenţa noastră.

Uneori, oamenii prezintă imagini proprii inexacte sau lipsite de onestitate. În filmul *Catch Me If You Can* (*Prinde-mă! Dacă poţi!*, 2002), actorul Leonardo DiCaprio joacă rolul lui Frank Abagnale, un bărbat care, în viaţa reală, a pretins în mod fraudulos că ar fi profesor, avocat, medic şi pilot de avion, înainte de a fi prins şi închis de guvernul SUA în anii '60. Deşi experienţele lor sînt de obicei mai puţin dramatice decît cele ale lui Abagnale, mulţi oameni prezintă imagini ale sinelui care nu sînt complet juste, ca, de exemplu, un candidat pentru un post care îşi exagerează în CV experienţa în domeniul respectiv sau un bărbat care se descrie într-o prezentare personală ca fiind mai tînăr decît este.

Provocarea asociată cu managementul identităţilor multiple este mare îndeosebi pentru oamenii cu afecţiuni medicale „invizibile", adică boli sau tulburări care nu sînt foarte clare pentru ceilalţi. Afecţiuni precum sindromul Down, bîlbîiala, retardul de dezvoltare şi imobilizarea într-un scaun cu rotile sînt relativ „vizibile", deoarece mulţi oameni observă afecţiunile respective, după ce ascultă sau vorbesc cu cineva care le are. În schimb, oamenii pot ascunde, mai mult sau mai puţin, faptul că suferă de afecţiuni precum cancerul, diabetul, astmul şi depresia, dacă nu vor ca alţii să ştie acest lucru. Majoritatea oamenilor nu pot identifica o persoană suferindă de diabet sau de astm doar privind-o.

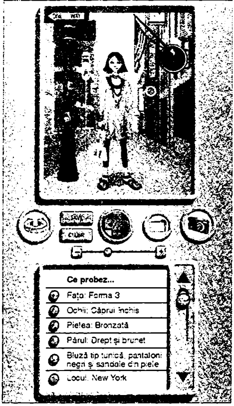
Din acest motiv, persoanele care au aceste afecţiuni invizibile au atît capacitatea, cît şi responsabilitatea de a stabili cum îşi vor integra bolile în imaginea pe care o proiectează. De exemplu, mulţi oameni decid cui să-i vorbească despre afecţiunile lor, cînd să facă respectivele dezvăluiri şi cum să procedeze. Decizia poate fi deosebit de dificilă pentru persoanele care suferă de afecţiuni nedetectabile la prima vedere, care sînt totodată asociate cu stigmatizarea

socială, ca, de exemplu, tulburările mintale şi statutul de infectat cu HIV, din cauză că se tem de modul cum vor reacţiona ceilalţi la dezvăluirile lor. Caseta „Comunicarea : zona întunecată" vizează acest aspect, cu referire la persoanele infectate cu HIV.

Managementul imaginii pune la fel de multe probleme şi pentru minorităţile sexuale. Asemenea unei afecţiuni medicale nedetectabile la prima vedere, nici orientarea sexuală a unei persoane nu este întotdeauna evidentă din modul în care arată, vorbeşte sau comunică aceasta. Prin urmare, lesbienele, bărbaţii gay şi persoanele bisexuale au posibilitatea de a alege cui îi dezvăluie orientarea lor sexuală. Multora această decizie li se pare importantă, deoarece minorităţile sexuale sînt adesea discriminate în întreaga lume, inclusiv într-o mare parte din Statele Unite[65]. Pentru a evita prejudecăţile, minorităţile sexuale pot alege să-şi ţină secretă orientarea sexuală, chiar şi faţă de cei mai apropiaţi prieteni şi de rude.

Decizia unei persoane de a-şi dezvălui orientarea sexuală are anumite consecinţe importante asupra sănătăţii. În primul rînd, ascunderea pe termen lung a unui astfel de aspect fundamental al identităţii unei persoane este stresantă[66]. În timp, un astfel de stres poate spori riscul de cancer şi de boli infecţioase[67], progresia rapidă a HIV[68] şi riscul sinuciderii[69]. Există o serie de dovezi conform cărora aceste probleme sînt mai frecvente în rîndul adolescenţilor gay, bisexuali şi lesbiene, care, spre deosebire de adulţi, pot să nu aibă sprijinul social şi maturitatea emoţională necesare pentru a gestiona stresul asociat cu ascunderea orientării lor sexuale[70].

Deşi ascunderea orientării sexuale poate fi problematică pentru sănătate, şi dezvăluirea sa poate avea aceleaşi efecte. De exemplu, un studiu privind bărbaţii gay şi bisexuali a relevat că persoanele care îşi dezvăluiseră orientarea sexuală la locul de muncă erau supuse zilnic unui stres şi unor stări negative mai intense decît cei care îşi menţinuseră secretă orientarea sexuală[71]. Alte studii au relevat că lesbienele şi bărbaţii gay prezintă un risc ridicat de depresie şi stres, chiar dacă sînt deschişi cu privire la orientarea lor sexuală[72].



În viaţa de zi cu zi: Care sînt situaţiile cotidiene în care resimţim un conflict între diverse aspecte ale personalităţii noastre?

Etica în prim-plan: Care sînt considerentele de ordin etic asociate cu ascunderea unei afecţiuni care nu se vede, de exemplu, la un interviu pentru ocuparea unui post? Legile federale americane le interzic în general angajatorilor să-i adreseze unui potenţial angajat întrebări cu privire la afecţiunile sale mintale sau fizice, dacă nu sînt relevante în mod direct pentru slujba solicitată. Lăsînd deoparte legea, este corect din punct de vedere etic să nu fie comunicată existenţa unor boli care, deşi nu sînt relevante în mod direct pentru o anumită slujbă, ar putea afecta capacitatea unei persoane de a fi un angajat bun, de încredere?

Comunicarea: zona întunecată

RISCURILE ASOCIATE CU DEZVĂLUIREA STATUTULUI DE INFECTAT CU HIV

Cînd cineva află că este infectat cu HIV, suferă o traumă. A fi infectat cu HIV presupune pentru persoana respectivă riscul de a se îmbolnăvi de SIDA, o boală letală care nu are tratament. De asemenea, impune ca persoanele respective să decidă cui îi vor împărtăşi faptul că sînt infectate.

Multe persoane infectate cu HIV se pot găsi în dificultate cînd trebuie să decidă dacă să-şi dezvăluie afecţiunea şi altora. Pe de o parte, dezvăluirea bolii îi poate ajuta să beneficieze de sprijin, atît medical,

cît şi emoţional, şi îi poate încuraja pe alţii să adopte ei înşişi comportamente mai sănătoase, atît sexuale, cît şi asociate cu utilizarea drogurilor. Pe de altă parte, dezvăluirea poate fi riscantă. Psihologii Valerian Derlega şi Barbara Winstead explică faptul că persoanele infectate cu HIV pot avea o serie de motive pentru a alege să nu-şi dezvăluie afecţiunea:

- *Intimitatea*: Nu priveşte pe nimeni decît pe ei înşişi.
- *Autoînvinuirea*: Se simt vinovaţi că sînt infectaţi cu HIV.
- *Dificultăţi de comunicare*: Nu ştiu cum să le comunice altora acest lucru.
- *Teama de respingere*: Se tem că ceilalţi îi vor respinge sau chiar îi vor răni.
- *Teama de discriminare*: Se tem că angajatorii, proprietarii sau alţii îi vor discrimina.
- *Protejarea celorlalţi*: Nu vor ca persoanele din jur să-şi facă griji pentru ei.
- *Relaţii superficiale*: Nu se simt suficient de apropiaţi de alţii ca să aibă încredere să le mărturisească această informaţie.

În pofida acestor riscuri, Derlega şi Winstead subliniază că dezvăluirea statutului de infectat cu HIV poate fi utilă din mai multe puncte de vedere. Nu numai că poate contribui la asigurarea asistenţei medicale şi a sprijinului emoţional, ci poate contribui şi la consolidarea relaţiilor, îndeosebi cu alte persoane infectate cu HIV. De asemenea, este foarte important din perspectiva sănătăţii şi siguranţei unui partener de cuplu sau sexual. De fapt, pentru a proteja potenţialii parteneri, cîteva state din SUA au adoptat legi potrivit cărora expunerea cu bună ştiinţă a unei persoane la infectarea cu HIV, fără consimţămîntul respectivei persoane, constituie o infracţiune, ca, de exemplu, în cazul în care o persoană infectată cu HIV ar întreţine relaţii sexuale cu un partener, fără a informa partenerul respectiv de statutul său referitor la HIV.

Sfatul meu

Mulţi dintre noi nu ne simţim confortabil cînd discutăm despre HIV. În Statele Unite, a fi infectat cu HIV este echivalentul unei stigmatizări intense, din cauza asocierii cu două grupuri marginalizate: bărbaţii gay şi consumatorii de droguri administrate intravenos. Stigmatul facilitează concepţia că, dacă nu aparţii nici unuia dintre aceste grupuri, nu poţi sau nu vei contracta HIV. Totuşi, adevărul este că HIV infectează tot felul de oameni – homosexuali şi heterosexuali, bogaţi şi săraci, femei şi bărbaţi, adulţi şi copii.

Sursa: Derlega, V.J., Winstead, B.A. (2001). HIV-infected persons' attribution for the disclosure and nondisclosure of the seropositive diagnosis to significant others. În V. Manusov şi J.H. Harvey (eds), *Attribution, communication behavior, and close relationships* (pp. 266-284). New York: Cambridge University Press.

Managementul imaginii este complex. Dacă managementul imaginii pare complicat, este din cauză că într-adevăr lucrurile stau astfel. De exemplu, putem avea obiective contrarii cînd interacţionăm cu alţii. Să presupunem că vi s-a propus un stagiu prestigios la o companie nou înfiinţată din Silicon Valley, California, şi o întrebaţi pe sora dumneavoastră mai mare şi pe soţul ei, care locuiesc în apropiere de zona respectivă, dacă puteţi sta la ei pe parcursul semestrului. Probabil că vă doriţi ca sora să vă considere un adult responsabil, nu un adolescent lipsit de griji, aşa cum eraţi cînd a plecat ea din casa părintească. În consecinţă, trebuie să vă formulaţi solicitarea astfel încît să vă menţineţi imaginea de persoană responsabilă. Concomitent, vreţi să vă convingeţi sora şi cumnatul că aveţi într-adevăr nevoie de o locuinţă şi că nu vă puteţi permite să închiriaţi una, din cauză că stagiul este prost plătit. Această realitate vă poate determina să proiectaţi o imagine conform căreia aveţi nevoie de ajutor. Prin urmare, necesităţile legate de imagine sînt în conflict: vreţi şi să păreţi responsabil, şi să daţi impresia că aveţi nevoie de ajutor. Gestionarea acestor imagini contradictorii – pentru a vă convinge totuşi sora să vă permită să vă mutaţi la ea – poate fi complexă.

Myra Goldschmidt, cercetătoare în domeniul comunicării, a aflat că, atunci cînd oamenii le cer altora favoruri, ei creează adesea naraţiuni care îi ajută să-şi menţină imaginea, fiind totodată convingători[73]. Surorii dumneavoastră i-aţi putea spune, de exemplu: „Am nevoie de o locuinţă doar pentru cîteva luni, cît durează acest stagiu" şi „Promit să dau o mînă de ajutor

la treburile gospodăreşti". Astfel de strategii contribuie la menţinerea imaginii dumneavoastră ca persoană responsabilă, chiar în situaţia în care imaginea respectivă poate fi ameninţată.

Am văzut că managementul imaginii este un proces de colaborare, care necesită adesea negocierea cîtorva identităţi, într-un mod complex. Cum stabilim care dintre necesităţile asociate cu imaginea noastră au prioritate?

Managementul necesităţilor legate de faţa curată

Cunoaşteţi probabil expresia „a ieşi cu faţa curată". A ajuta pe cineva să iasă cu faţa curată înseamnă a ajuta persoana respectivă să evite stînjeneala şi să-şi menţină demnitatea într-o situaţie care i-o ameninţă. Motivul pentru care detestăm stînjeneala este că ne ameninţă imaginea pe care încercăm să o proiectăm, iar această ameninţare constituie o funcţie a nevoii noastre de a ne menţine faţa curată. Uneori, asociem menţinerea feţei curate cu culturi colectiviste precum Coreea şi Japonia. În realitate, menţinerea feţei curate este importantă pentru persoanele din multe culturi[74]. Să analizăm ce se întîmplă cînd imaginea publică pe care ne-o dorim este ameninţată.

A-i ajuta pe alţii să-şi menţină demnitatea, mai ales în situaţii care le-o ameninţă, este o componentă importantă a păstrării respectului de sine.

Subiect de discuţie: Necesităţile legate de camaraderie sînt foarte asemănătoare cu nevoia de includere.

FAŢA CURATĂ ŞI NECESITĂŢILE LEGATE DE ACEASTA. Toţi avem o imagine publică pe care ne-o dorim - un anumit mod în care vrem să ne vadă şi să ne considere ceilalţi - şi ne străduim să menţinem imaginea respectivă. De exemplu, dacă vreţi ca persoanele din jur să vă considere inteligent şi competent, vă veţi comporta astfel încît să le daţi această impresie şi veţi încerca să evitaţi situaţiile care v-ar face să arătaţi incompetent sau neinformat. Sociologul Erving Goffman a introdus termenul **faţă** (*face*) pentru a descrie imaginea publică pe care ne-o dorim şi termenul **figurare** (*facework*) pentru a descrie comportamentele pe care le utilizăm pentru a proiecta imaginea respectivă în faţa celorlalţi[75]. Caseta „Aveţi aptitudini?" oferă sugestii pentru îmbunătăţirea capacităţilor de figurare.

Cercetătorii consideră că faţa curată este alcătuită din trei **necesităţi ale feţei curate**, sau componente importante ale imaginii noastre publice pe care ne-o dorim[76]. Aceste necesităţi sînt legate de camaraderie, autonomie şi competenţă. **Necesităţile legate de camaraderie** se referă la nevoia ca alţii să ne placă şi să ne accepte. Aceasta este componenta identităţii noastre care ne motivează să ne facem prieteni, să ne înscriem în cluburi sau în grupuri sociale şi să ne comportăm agreabil cu ceilalţi. **Necesităţile legate de autonomie** se referă la nevoia noastră de a evita ca alţii să ne impună constrîngeri. Aceste necesităţi ne motivează să deţinem controlul asupra timpului şi resurselor noastre şi să evităm ca alţi oameni să ia decizii în locul nostru. În cele din urmă, **necesităţile legate de competenţă** reprezintă nevoia noastră ca persoanele din jur să ne respecte şi să ne recunoască abilităţile şi inteligenţa. Această necesitate ne determină să ne căutăm cariere şi hobby-uri la care sîntem pricepuţi şi să evităm situaţiile în care ne facem de rîs. Secţiunea „Pe scurt" rezumă aceste trei necesităţi ale feţei.

➲ **faţă** Imaginea publică pe care şi-o doreşte o persoană.

➲ **figurare** Comportamentele utilizate de o persoană pentru a-şi proiecta imaginea publică dorită.

➲ **necesităţile feţei curate** Componente ale imaginii publice dorite de individ.

➲ **necesităţi legate de camaraderie** Necesitatea de a ne simţi plăcuţi şi acceptaţi de alţii.

➲ **necesităţi legate de autonomie** Necesitatea de a evita constrîngerile din partea altora.

➲ **necesităţi legate de competenţă** Necesitatea de a fi respectat şi considerat competent şi inteligent.

AMENINŢĂRI LA ADRESA FEŢEI. Fiecare dintre noi are o imagine publică pe care şi-o doreşte, prin urmare aceasta variază. Camaraderia, autonomia şi competenţa sînt necesităţi în mare

parte independente asociate feţei, prin urmare un nivel ridicat al uneia nu influenţează neapărat celelalte două niveluri asociate persoanei respective. De exemplu, unele persoane au o necesitate foarte intensă de camaraderie, ceea ce înseamnă că pentru ele este foarte important ca alţii să le placă. Alţi oameni preferă să fie respectaţi, mai degrabă decît simpatizaţi. La fel, o persoană poate avea o nevoie foarte intensă de autonomie, în timp ce altă persoană poate să nu aibă obiecţii dacă se iau decizii în numele ei. Aceste diferenţe fac parte din ceea ce conferă unicitate fiecărei persoane.

AVEŢI APTITUDINI?

FIGURARE

Exersaţi exprimarea reclamaţiilor într-un mod care să nu implice ameninţări.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să protejaţi nevoile legate de faţă ale altor persoane.	Formularea unor reclamaţii, ca, de exemplu, nemulţumirile legate de servirea deficitară dintr-un restaurant sau de la o reprezentanţă auto, poate ameninţa necesităţile de competenţă ale unei persoane. Cînd sînteţi nemulţumit de ceva, vă puteţi exprima nemulţumirile în mod constructiv – iar astfel puteţi chiar să vă îmbunătăţiţi şansele de a obţine o rezolvare satisfăcătoare a problemei –, dacă ştiţi cum să protejaţi necesităţile legate de faţă ale persoanei căreia îi adresaţi reclamaţia.	1. Imaginaţi-vă o situaţie în care simţiţi că trebuie să vă plîngeţi de servicii nesatisfăcătoare. Enumeraţi două sau trei moduri în care plîngerea dumneavoastră ar putea ameninţa necesităţile de competenţă ale persoanei care o va recepta. 2. Scrieţi propoziţiile şi frazele care ar minimaliza respectivele ameninţări. De exemplu, axaţi-vă mai degrabă pe descrierea problemei decît pe atribuirea vinovăţiei: „Cînd mi-am primit maşina înapoi, am observat că semnalul «verifică semnalizatorul motorului» era tot aprins. Îmi puteţi explica de ce?”.	1. Purtaţi o conversaţie pe roluri despre serviciile defectuoase, cu o altă persoană. Încercaţi să minimalizaţi ameninţările la adresa necesităţilor de competenţă ale celuilalt partener de comunicare. 2. Solicitaţi feedback de la persoana respectivă, cu privire la cît de bine v-aţi comunicat reclamaţia într-o manieră neagresivă.

ANALIZAŢI: ***Ce aptitudini aţi dobîndit? Cum le veţi aplica data viitoare cînd va trebui să comunicaţi o reclamaţie sau o problemă?***

Deşi avem cu toţii necesităţi aferente feţei, le conştientizăm adesea doar cînd sînt ameninţate. Să presupunem că aţi candidat pentru a deveni membru într-o societate de onoare, dar nu aţi fost acceptat. Decizia de a nu vă include vă poate afecta nevoia de camaraderie. De asemenea, vă poate ameninţa necesităţile de competenţă, determinîndu-vă să credeţi că nu sînteţi suficient de isteţ pentru a intra în grup. Prin urmare, respingerea candidaturii dumneavoastră este un act **ameninţător la adresa feţei**, deoarece nu reuşeşte să vă satisfacă una sau mai multe necesităţi asociate acesteia.

Subiect de discuţie: Cereţi-le studenţilor să găsească o legătură între necesităţile de autonomie şi valorile culturale individualiste şi colectiviste.

Act ameninţător la adresa feţei Orice comportament care ameninţă una sau mai multe necesităţi legate de faţă.

Actele ameninţătoare la adresa feţei îi determină adesea pe oameni să se comporte astfel încît să-şi menţină faţa curată. În cazul societăţii de onoare, vă puteţi spune „Oricum nu-mi doream cu adevărat să fac parte din acea societate”[77]. Exprimarea unei astfel de afirmaţii nu înseamnă neapărat că o şi credeţi. Într-adevăr, probabil că v-aţi dorit să faceţi parte din societatea de onoare, altfel nu v-aţi fi deranjat să

candidaţi. Aveţi mai degrabă tendinţa de a susţine acest lucru pentru a vă menţine imaginea în ochii celorlalţi, creînd impresia că necesităţile dumneavoastră legate de faţă nu au fost ameninţate. Prin urmare, acest răspuns constituie un fel de *mecanism de apărare* care contribuie la minimalizarea efectelor unui act care ameninţă păstrarea feţei.

Subiect de discuţie: Cum îşi menţin necesităţile de autonomie persoanele ale căror dizabilităţi îi determină să depindă de alţii care îi ajută să se îmbrace sau să folosească toaleta? Cînd mergeţi la cabinetul unui medic sau la spital, cum vă menţineţi necesităţile de autonomie?

PE SCURT • TREI TIPURI DE FAŢADĂ

Necesităţi legate de camaraderie • Necesitatea de a fi simpatizaţi şi acceptaţi de către alţii
Necesităţi legate de autonomie • Necesitatea de a evita constrîngerile din partea altora
Necesităţi legate de competenţă • Necesitatea de a fi respectaţi pentru inteligenţa şi abilităţile noastre

Ameninţările la adresa feţei sînt experienţe comune pentru o mare parte din populaţia marginalizată. De exemplu, ameninţările la adresa necesităţilor de autonomie pot surveni în cazul oamenilor marginalizaţi, care trebuie să se bazeze pe alţii pentru a-şi satisface necesităţile materiale sau care simt că nu au un cuvînt de spus în deciziile care îi afectează. De exemplu, persoanele în vîrstă resimt adesea pierderea autonomiei, drept consecinţă a diverselor limitări fizice şi cognitive asociate cu îmbătrînirea[78]. De asemenea, persoanele cu anumite dizabilităţi pot să mai perceapă ameninţări la adresa autonomiei lor dacă sînt incapabile să facă lucruri pe care alţii le pot realiza, de exemplu, a conduce maşina sau a merge la plimbare. Alte grupuri îşi pot simţi ameninţată autonomia cînd nu dispun de capacitatea de a lua anumite decizii în nume propriu, ca în cazul lesbienelor şi a gay-ilor adulţi, care (în majoritatea statelor) nu se pot căsători în mod legal cu partenerii lor.

O dizabilitate vizibilă poate atrage ameninţări la adresa necesităţilor de camaraderie, de autonomie şi de competenţă.

Cercetarea în prim-plan: Eroarea atribuirii instrumentale indică faptul că oamenii tind să-şi atribuie succesele unor cauze interne (de exemplu, talentului lor), iar eşecurile unor cauze externe (de exemplu, incompetenţei altei persoane). Acest tipar contribuie la satisfacerea necesităţilor de competenţă, sugerînd că atunci cînd avem succes merităm acest lucru, iar cînd avem un eşec, nu este vina noastră. Desigur, înregistrăm eşecuri *chiar* din vina noastră; erorile atribuirii instrumentale nu fac decît să ne încurajeze să ne spunem nouă şi celorlalţi că nu este aşa. Prejudecata autosatisfacţiei diferă de eroarea fundamentală de atribuire, care este legată de atribuirile efectuate vizavi de comportamentele altor persoane; conform acestora, tindem să atribuim comportamentele altora unor cauze interne, mai degrabă decît externe, indiferent dacă respectivele comportamente sînt pozitive sau negative[v].

[v] Mezulis, A.H., Abramson, L.Y., Hyde, J.S., Hankin, B.L. (2004). Is there a universal positivity bias in attributions? A meta-analytic review of individual, developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin*, 130, pp. 711-747.

Totodată, marginalizarea determină mulţi oameni să se simtă nerespectaţi şi ruşinaţi. Astfel de sentimente le pot ameninţa atît necesităţile de companie, cît şi necesităţile de competenţă. În societatea americană există stigmate asociate cu lipsa unei locuinţe, cu sărăcia, bătrîneţea, homosexualitatea, tulburările mintale şi (în unele cercuri) chiar şi cu divorţul, deşi o persoană poate să nu fi ales să aparţină nici unuia dintre aceste grupuri[79]. Persoanele stigmatizate se pot simţi ca nişte intruşi printre cei din jur, iar aceste percepţii le ameninţă necesităţile de companie, determinîndu-i să se simtă neacceptaţi. De asemenea, pot percepe că ceilalţi îi judecă nu pe baza inteligenţei sau a capacităţilor lor, ci pur şi simplu pe baza condiţiei lor stigmatizate – percepţie care le ameninţă necesităţile de competenţă, determinîndu-i să se simtă nerespectaţi.

ÎNVĂȚAȚI! Ce înseamnă afirmația că managementul imaginii se bazează pe colaborare? Prin ce se aseamănă necesitățile de camaraderie, necesitățile de autonomie și necesitățile de competență? Prin ce diferă acestea?

APLICAȚI Imaginați-vă că rugați pe cineva din familia dumneavoastră să vă ajute cu ceva. Gîndiți-vă la tipurile de imagini pe care vreți să le proiectați în fața persoanei respective. Avînd în minte acele imagini, scrieți cuvintele pe care le-ați folosi pentru a vă formula cererea.

REFLECTAȚI Cînd observați că trebuie să gestionați identități multiple? Ce strategii folosiți pentru a face acest lucru? Cum reacționați de obicei cînd vă sînt amenințate necesitățile asociate cu fața?

4. Comunicarea sinelui: autodezvăluirea

Acum, după ce am explorat modul în care ne creăm concepția despre sine și felul în care ne gestionăm imaginea, ne vom completa analiza discutînd despre modul în care comunicăm despre noi înșine sau despre *autodezvăluire*. **Autodezvăluirea** reprezintă actul de a le oferi în mod intenționat altora informații despre noi înșine pe care le considerăm adevărate, dar pe care credem că ei nu le cunosc încă. De la o conversație foarte intimă cu un partener de cuplu cu privire la speranțele și visurile noastre la un dialog banal cu un coleg de serviciu despre locul unde am cinat seara trecută, autodezvăluirea presupune a comunica altcuiva o parte din noi înșine.

➲ **autodezvăluirea** Actul de a le oferi altora informații despre sine pe care considerăm că ceilalți nu le știu încă.

În această secțiune, vom analiza cîteva principii ale autodezvăluirii și vom examina diverse beneficii ale ei pentru noi și pentru relațiile noastre. În cele din urmă, vom prezenta și cîteva dintre riscurile autodezvăluirii.

Principiile autodezvăluirii

Cei mai mulți dintre noi facem autodezvăluiri, sub o formă sau alta, aproape încontinuu. Autodezvăluirea are cîteva atribute importante.

Autodezvăluirea este intenționată și sinceră. Pentru ca un act de comunicare să poată fi considerat o autodezvăluire, trebuie să satisfacă două condiții: (1) trebuie să comunicăm în mod deliberat informații despre noi înșine și (2) trebuie să considerăm că acele informații sînt adevărate. Să presupunem că, avînd o scăpare temporară, prietenul dumneavoastră Dean vă menționează faptul că are probleme financiare, deși nu avusese de gînd să vă spună. Aceasta nu este o autodezvăluire, conform definiției formulate, deoarece Dean nu v-a comunicat informația în mod deliberat. A-i comunica unei alte persoane în mod neintenționat ceva despre dumneavoastră este un exemplu a ceea ce se numește uneori *scăpare verbală*.

Subiect de discuție: Întrebați-i pe studenți cui îi fac dezvăluirile (1) cele mai ample și (2) cele mai profunde (sub aspectul autodezvăluirilor). Listele se suprapun complet sau relațiile lor se caracterizează prin amploare, dar nu și prin profunzime, sau viceversa?

La fel, autodezvăluirea înseamnă a dezvălui informații pe care le credem adevărate. De exemplu, dacă îi spuneți unui coleg că nu ați călătorit niciodată în afara țării dumneavoastră, de exemplu, aceasta este o autodezvăluire, dacă o considerați adevărată. Contează ca dumneavoastră să credeți că informația este adevărată, nu adevărul absolut al informației. Poate că ați călătorit în afara țării cînd erați copil și erați prea mic ca să vă aduceți aminte. Totuși, dacă credeți că informația pe care o comunicați este adevărată, atunci ea poate fi considerată autodezvăluire. A le comunica în mod intențional

oamenilor informaţii despre noi înşine pe care le credem false constituie o inducere în eroare, după cum vom vedea în capitolul 12.

AUTODEZVĂLUIREA VARIAZĂ SUB ASPECTUL AMPLORII ŞI PROFUNZIMII. **Teoria penetrării sociale**, elaborată de specialiştii în psihologie socială Irwin Altman şi Dalmas Taylor şi descrisă în figura 3.2, ilustrează modul în care autodezvăluirea, în timp, se aseamănă cu desprinderea treptată a foilor unei cepe. Fiecare autodezvăluire ne ajută să învăţăm tot mai multe despre o persoană pe care începem să o cunoaştem.

Conform teoriei penetrării sociale, desprinderea treptată a straturilor, pentru a ajunge să cunoaştem pe cineva, necesită comunicarea unor dezvăluiri atît ample, cît şi profunde. **Amploarea** descrie multitudinea de subiecte despre care discutăm cu diverse persoane. Unor persoane le dezvăluiţi doar anumite aspecte din viaţa dumneavoastră. De exemplu, este posibil să-i comunicaţi medicului toate detaliile legate de sănătate, dar să nu îi vorbiţi şi despre alte aspecte ale vieţii dumneavoastră. Unui coleg de serviciu îi puteţi face dezvăluiri legate doar de viaţa profesională, iar unui profesor doar dezvăluiri despre viaţa dumneavoastră ca student. În relaţiile respective, autodezvăluirea are o amplitudine redusă, deoarece faceţi dezvăluiri privind doar o serie limitată de subiecte. În schimb, cu rudele dumneavoastră, cu prietenii apropiaţi şi cu partenerul, probabil discutaţi despre diverse aspecte ale vieţii dumneavoastră, ca, de exemplu, experienţele de la locul de muncă şi de la şcoală, îngrijorările financiare, ambiţiile profesionale, sănătatea, convingerile spirituale sau religioase, opiniile politice şi dorinţele dumneavoastră de viitor. Dezvăluirile pe care le faceţi în cadrul acestor relaţii sînt caracterizate printr-o amploare mai mare, deoarece vizează o paletă mai largă de subiecte.

> ➲ **teoria penetrării sociale** Teorie care anticipează că, odată cu dezvoltarea relaţiilor, comunicarea devine mai amplă şi mai profundă.

> ➲ **amploare** Diversitatea subiectelor despre care o persoană îi face dezvăluiri alteia.

A doua dimensiune, **profunzimea**, descrie cît de personale sau de intime sînt dezvăluirile dumneavoastră. Profunzimea autodezvăluirilor noastre depinde în mare parte de cît de atent simţim că trebuie să protejăm informaţiile din autodezvăluiri. Să presupunem că Maya şi partenerul ei de cuplu au probleme. Maya i-ar putea descrie problemele detaliat mamei ei, nu numai pentru că îi apreciază opinia, ci şi pentru că are încredere că mama ei va ţine secrete informaţiile respective. Deoarece nu simte nevoia de a ascunde informaţiile respective de mama sa, Maya se poate implica în dezvăluiri de o mare profunzime. În relaţia cu secretara ei însă, Maya dezvăluie că are dificultăţi, dar nu intră în detalii, deoarece nu este dispusă să-i împărtăşească secretarei detaliile. În această relaţie, Maya face autodezvăluiri mai puţin profunde.

> ➲ **profunzime** Intimitatea subiectelor pe care o persoană le dezvăluie alteia.

> **Despre materiale media:** Personajul de desen animat Shrek, a cărui voce îi aparţine lui Mike Myers, în filmul din 2001 cu acelaşi nume, îi explică prietenului lui, Măgarul, că, la fel ca oamenii, căpcăunii au „straturi" pe care le „cojim" ca să ajungem să-i cunoaştem, o aluzie directă la metafora cepei din teoria penetrării sociale.

AUTODEZVĂLUIREA VARIAZĂ DE LA O RELAŢIE LA ALTA. Nu toate relaţiile sînt caracterizate de aceeaşi amploare şi profunzime a autodezvăluirii. Unele relaţii implică dezvăluiri profunde, dar foarte puţin ample. De exemplu, în relaţia cu contabilul, puteţi face dezvăluiri profunde cu privire la chestiuni financiare, dar despre nimic altceva. La fel, îi puteţi comunica medicului detalii intime despre sănătate, dar foarte puţine lucruri despre alte aspecte ale vieţii dumneavoastră. În figura 3.2b, acest tip de relaţie este descris prin colorarea unei secţiuni din cercul din inelul exterior, pînă la cercul din interior, dar lăsînd intacte celelalte cercuri.

> **Cercetarea în prim-plan:** Studiile arată că autodezvăluirea variază şi în funcţie de relaţii; multe relaţii pe termen lung parcurg „cicluri" de autodezvăluiri, în cadrul cărora partenerii din relaţie își dezvăluie mai multe lucruri pe parcursul anumitor perioade şi mai puţine lucruri în decursul altor perioade. Acest lucru este normal şi nu reprezintă neapărat un indiciu al unor probleme relaţionale[v].
>
> [v] Sprecher, S., Hendrick, S.S. (2004). Self-disclosure in intimate relationships: Associations with individual and relationship characteristics over time. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, pp. 857-877.

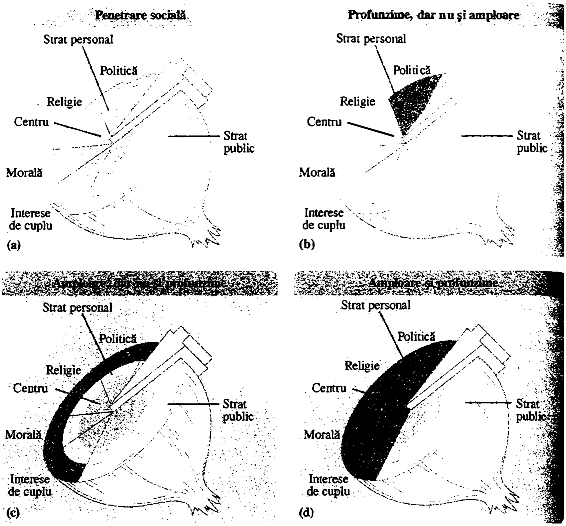


Figura 3.2. Teoria penetrării sociale

Cercetătorii folosesc imaginea unei cepe cu mai multe straturi pentru a reprezenta procesul penetrării sociale într-o relaţie. Stratul exterior al cepei reprezintă amploarea autodezvăluirii. Acest strat este considerat „stratul public", deoarece reflectă detaliile pe care le-aţi dezvălui majorităţii oamenilor. Straturile interioare ale cepei reflectă profunzimea autodezvăluirii. Le numim „straturi personale", deoarece reprezintă detaliile pe care le-aţi împărtăşi doar oamenilor pe care îi cunoaşteţi destul de bine. Dacă îi comunicaţi cuiva detalii personale despre ideile dumneavoastră politice, dar nimic altceva, atunci relaţia cu persoana respectivă are doar profunzime, dar nu şi amploare. Dacă îi comunicaţi cuiva doar informaţii superficiale cu privire la experienţele dumneavoastră politice, religioase, morale şi de cuplu, dar nu îi oferiţi mai multe detalii personale cu privire la nici unul dintre subiectele respective, atunci relaţia cu persoana în cauză are amploare, dar nu şi profunzime. În relaţiile noastre cele mai apropiate, dezvăluim de obicei atît informaţii superficiale, cît şi private cu privire la multe aspecte, aşa că respectivele relaţii au atît amploare, cît şi profunzime.

Alte relaţii sînt caracterizate de dezvăluiri ample, dar de o profunzime foarte redusă. De exemplu, prietenilor obişnuiţi de la şcoală sau de la locul de muncă, le puteţi dezvălui puţine lucruri despre diverse aspecte ale vieţii dumneavoastră – familie, hobby-uri, idei politice, ambiţii privind cariera –, dar nu le comunicaţi detalii intime despre nici unul dintre aceste aspecte. După cum indică figura 3.2c, aţi descrie acest tip de relaţii colorînd cîteva secţiuni ale cercului, dar doar de la marginea acestuia, lăsînd intacte cele cîteva inele interne ale cercului.

Alte relaţii, precum cele cu partenerii de cuplu şi cu prietenii apropiaţi, se dezvoltă doar prin intermediul unor niveluri superioare atît ale amplorii, cît şi ale profunzimii. În astfel de relaţii, oamenii comunică de obicei atît informaţii publice, cît şi private legate de aspecte multiple ale existenţei lor. Figura 3.2d, colorînd cîteva dintre secţiunile cercului – unele se extind pînă la centru –, ilustrează atît amploarea, cît şi profunzimea autodezvăluirii din acest tip de relaţii.

AUTODEZVĂLUIREA ESTE UN PROCES GRADUAL. Chiar şi cele mai apropiate relaţii nu devin de obicei intime imediat. Apropierea se realizează în timp, pe măsură ce două persoane ajung să se cunoască şi să dezvăluie tot mai multe informaţii despre ele. În relaţiile noi, oamenii se dezvăluie adesea lent, comunicînd întîi doar puţine detalii şi oferind mai multe informaţii personale doar dacă se plac şi au încredere unul în celălalt[80].

Cînd au început să se împrietenească, Deepak şi Prasad făceau schimb mai mult de informaţii de rutină, de exemplu, vorbeau despre oraşele lor natale, despre echipele sportive şi ocupaţiile preferate. Pe măsură ce au ajuns să se cunoască mai bine şi să aibă mai multă încredere unul în celălalt, şi-au împărtăşit opiniile despre politică, relaţii şi religie. Doar după ce se cunoşteau deja de ceva vreme s-au simţit confortabil discutînd despre lucruri mai personale, ca, de exemplu, problemele de sănătate ale lui Prasad şi dificultăţile din mariajul lui Deepak. Deşi în unele relaţii oamenii încep să comunice rapid informaţii intime, autodezvăluirea progresează de obicei cu paşi mici.

Subiect de discuţie: Care sînt celelalte excepţii de la regula că autodezvăluirea progresează lent? Aşa se întîmplă în relaţia cu un psiholog sau cu un terapeut? Dar în relaţia cu un străin, în avion?

AUTODEZVĂLUIREA ONLINE RESPECTĂ UN TIPAR DIFERIT. O excepţie de la tiparul general al autodezvăluirii treptate survine în relaţiile stabilite online, de exemplu, prin intermediul e-mailurilor, chatului sau blogurilor[81]. Am putea anticipa că oamenii ar fi mai reţinuţi în contexte mediate de calculator decît faţă în faţă, raţionînd că s-ar putea să nu se simtă atît de implicaţi cu partenerii de conversaţie online sau că nu s-ar simţi confortabil împărtăşind informaţii personale. Totuşi, se pare că lucrurile stau exact invers. Studiile relevă că absenţa interacţiunii faţă în faţă încurajează autodezvăluirea, astfel încît oamenii dezvăluie adesea mai multe lucruri la începutul unei relaţii online decît într-o relaţie faţă în faţă[82]. De exemplu, un studiu despre noi relaţii de cuplu a descoperit că partenerii îşi dezvăluie informaţii personale la începutul relaţiei lor, prin comunicarea mediată de calculator, decît faţă în faţă[83].

Cum explică cercetătorii acest comportament? Specialistul în comunicare Joseph Walther arată că mediul mediat de calculator încurajează nu doar comunicarea personală, ci şi comunicarea „hiperpersonală", care conţine mai multe informaţii private decît şi-ar comunica în mod obişnuit oamenii faţă în faţă[84]. În opinia lui Walther, comunicarea hiperpersonală survine parţial pentru că ne vedem partenerii de comunicare într-o lumină mai favorabilă online decît faţă în faţă, prin urmare sîntem mai puţin inhibaţi sub aspectul dezvăluirii informaţiilor foarte personale. Acest caracter hiperpersonal al dezvăluirilor online poate accelera sentimentele de apropiere dintre oameni. Totuşi, după cum vom vedea, ele implică şi anumite riscuri, iar acest fapt sugerează că oamenii pot avea avantaje de pe urma unor dezvăluiri mai puţin personale online.

AUTODEZVĂLUIRILE SÎNT DE OBICEI RECIPROCE. Aţi auzit poate expresia „După faptă, şi răsplată". Această zicătoare sugerează că, atunci cînd cineva vă oferă un anumit tip de cadou sau de resursă, se aşteaptă ca dumneavoastră să-i întoarceţi favoarea. Sociologul Alvin Gouldner a numit această aşteptare **norma reciprocităţii**[85]. În culturile nord-americane, cel puţin, norma reciprocităţii se extinde de obicei la autodezvăluire; cu alte cuvinte, cînd le dezvăluim anumite lucruri altora, de obicei ne aşteptăm să ne facă şi ei dezvăluiri, la rîndul lor[86].

➲ **norma reciprocităţii** O aşteptare socială cu privire la faptul că resursele şi favorurile oferite unei persoane într-o relaţie ar trebui să fie acordate şi de cealaltă persoană.

Subiect de discuție: Ce se întîmplă cînd este încălcată norma reciprocității – cînd o persoană dintr-o relație nu oferă autodezvăluiri de aceeași amploare și profunzime ca cealaltă?

În viața de zi cu zi: Cînd mergeți la medic și îi dezvăluiți informații personale despre dumneavoastră, cum vă simțiți pentru că nu îi puteți cere medicului să vă dezvăluie același tip de informații? Cum îi încredințați medicului informațiile respective, dacă dezvăluirile dumneavoastră nu generează reciprocitatea?

Există cîteva excepţii de la această regulă. De exemplu, cînd facem dezvăluiri unui medic sau unui psiholog, nu ne aşteptăm ca respectivul să ne facă dezvăluiri. Totuşi, în cadrul prieteniilor sau al altor relaţii personale, ne aşteptăm în general ca şi alţii să ne comunice informaţii, aşa cum le comunicăm şi noi lor.

AUTODEZVĂLUIREA POATE SERVI MULTOR SCOPURI. Oamenii îşi fac autodezvăluiri unii altora din multe motive. Să presupunem că aţi fost dat afară de la serviciu şi vă gîndiţi dacă să le comunicaţi colegilor dumneavoastră de cameră. Dezvăluirea acestei informaţii poate sluji mai multor scopuri. Un scop ar fi pur şi simplu comunicarea informaţiei. Un altul ar fi să le semnalaţi colegilor de cameră că aţi putea apela la sprijinul lor sau că aţi putea plăti cu întîrziere contribuţia dumneavoastră la chirie în luna respectivă. De asemenea, dezvăluirea dumneavoastră le-ar putea aminti colegilor de cameră că aveţi încredere în ei, iar această dovadă de încredere v-ar putea consolida prietenia cu ei.

Deşi autodezvăluirea poate avea funcţii multiple, nu este adecvată în toate cazurile. În unele momente, este mai bine să fiţi discret şi să păstraţi informaţiile pentru sine. Adesea este mai important să menţineţi relaţii profesionale cu colegii sau cu clienţii, deoarece vă ocupaţi de afaceri împreună cu ei. În astfel de relaţii, este cel mai bine să fiţi discret cu informaţiile personale şi să vă axaţi comunicarea pe chestiunile de serviciu de care vă ocupaţi.

Un motiv pentru care discreţia este adesea recomandabilă în relaţiile profesionale este faptul că informaţiile pe care le dezvăluie o persoană pot fi utilizate ulterior împotriva acesteia. Să presupunem că lucraţi pentru o companie din domeniul construcţiilor, iar sarcina dumneavoastră este să stabiliţi estimări ale costurilor proiectelor. Gena vă telefonează şi vă cere o estimare pentru un proiect amplu de demolare. Pe parcursul multor conversaţii cu Gena, ea vă dezvăluie că familia ei are mari probleme financiare. Din cauza normei reciprocităţii, simţiţi că ar trebui să îi dezvăluiţi o informaţie la fel de personală. În consecinţă, îi spuneţi că şi dumneavoastră aţi avut probleme financiare şi că vă gîndiţi să căutaţi un alt loc de muncă, pentru a vă îmbunătăţi situaţia financiară, lucru pe care nu i l-aţi comunicat încă actualului dumneavoastră angajator.

După ce Gena primeşte oferta din partea companiei dumneavoastră, ea vă va întreba dacă puteţi diminua preţul. Cînd îi răspundeţi că i-aţi oferit cea mai mică estimare pe care o puteţi propune în mod rezonabil, ea vă răspunde: „Sînt sigură că n-aţi vrea ca şeful dumneavoastră să afle că vă căutaţi un nou loc de muncă". În acel moment, vă daţi seama că Gena v-a făcut o autodezvăluire doar ca să obţină o autodezvăluire din partea dumneavoastră, pe care să o poată folosi ulterior ca argument cînd va negocia costul propus pentru demolare. Acest exemplu nu sugerează că nu ar trebui să aveţi încredere în ceilalţi, ci ilustrează faptul că unii oameni folosesc autodezvăluirea doar în scopul satisfacerii necesităţilor proprii.

AUTODEZVĂLUIREA ESTE INFLUENŢATĂ DE ROLURILE CULTURALE ŞI DE GEN. Autodezvăluirea este influenţată de normele referitoare la gen şi cultură[87]. În ceea ce priveşte genul, probabil că mulţi oameni cred că femeile dezvăluie mai multe lucruri decît bărbaţii, deoarece dezvăluirile şi expresivitatea emoţională reprezintă o componentă mai amplă a rolului feminin de gen decît a rolului masculin de gen, îndeosebi în America de Nord[88]. Această generalizare este adevărată? De fapt, dovezile sugerează că femeile, în medie, fac autodezvăluiri mai des decît bărbaţii, deşi diferenţa nu este atît de mare pe cît consideră majoritatea oamenilor. Într-o analiză a peste 250 de studii cu privire la diferenţele dintre sexe sub aspectul autodezvăluirii, cercetătorii în domeniul comunicării Kathryn Dindia şi Mike Allen au descoperit că genul persoanei care

recepţionează autodezvăluirea contează[89]. Mai precis, femeile sînt înclinate într-o măsură mai mare decît bărbaţii să le facă dezvăluiri femeilor, dar bărbaţii şi femeile tind în măsură egală să le facă dezvăluiri bărbaţilor.

În contextele formale, de exemplu, la un prînz de afaceri, discreţia este adesea mai adecvată decît autodezvăluirea.

Autodezvăluirea este influenţată şi de normele culturale. În unele culturi, ca, de exemplu, în cele din America de Nord şi din nordul Europei, oamenii sînt încurajaţi adesea să se exprime şi să facă autodezvăluiri prietenilor şi familiei. Alte culturi, ca, de exemplu, majoritatea culturilor asiatice şi din Orientul Mijlociu, pun preţ pe discreţie şi încurajează persoanele să facă dezvăluiri doar în circumstanţe mai limitate. În consecinţă, oamenii din culturile respective pot fi înclinaţi să dezvăluie informaţii personale doar în cadrul familiilor sau al relaţiilor personale, mai degrabă decît să le comunice cunoştinţelor sociale şi profesionale[90].

Avantajele autodezvăluirii

Autodezvăluirea poate fi benefică în multe moduri pentru noi şi pentru relaţiile noastre. Pe scurt, cele patru avantaje principale ale autodezvăluirii sînt:

- *Consolidarea relaţiilor şi a încrederii*: Autodezvăluirea contribuie adesea la menţinerea unor relaţii de calitate superioară. Avem tendinţa de a face dezvăluiri mai ample persoanelor pe care le simpatizăm şi, de asemenea, sîntem înclinaţi să simpatizăm persoanele care ne fac dezvăluiri[91]. Autodezvăluirile adecvate faţă de prieteni, rude şi partenerii de cuplu ne ajută să menţinem relaţiile respective şi consolidează încrederea pe care o avem în persoanele respective[92]. Invers, absenţa autodezvăluirilor într-o relaţie pe termen lung, ca, de exemplu, o căsătorie sau o prietenie apropiată, poate semnala probleme în cadrul acesteia[93].
- *Reciprocitatea*: Mulţi dintre noi respectăm norma reciprocităţi în ceea ce priveşte autodezvăluirea: cînd le facem dezvăluiri altora, aceştia tind să ne facă la rîndul lor dezvăluiri[94]. Prin urmare, o modalitate de a cunoaşte alţi oameni este să le spunem lucruri despre noi înşine. Cînd le împărtăşim altora informaţii personale, ei se pot simţi mai bine dacă fac la fel, în schimb.
- *Descărcarea emoţională*: Uneori, cel mai bun lucru legat de autodezvăluire este sentimentul că „îţi iei o piatră de pe suflet". Să presupunem că Caryn a împrumutat maşina surorii ei, Amy, şi din greşeală a îndoit puţin apărătoarea unei roţi. În loc să-i spună lui Amy despre îndoitură, Caryn a sperat că aceasta nu va observa. Destul de curînd, Caryn s-a simţit atît de vinovată, încît nu putea dormi bine. Cînd i-a dezvăluit în sfîrşit accidentul lui Amy, s-a simţit uşurată. Autodezvăluirile adecvate, precum cea a lui Amy, pot constitui o descărcare emoţională[95]. De asemenea, o serie de studii au relevat că pot diminua stresul asociat cu păstrarea unui secret. Acesta este un avantaj important, deoarece diminuarea stresului poate îmbunătăţi atît sănătatea mintală, cît şi pe cea fizică[96]. Puteţi citi mai multe despre conexiunea dintre dezvăluiri şi sănătate în caseta „Realitate sau ficţiune?".

În afara sălii de curs: Un exerciţiu interesant, care poate fi efectuat în afara orelor de curs, este să le cereţi studenţilor să vorbească despre experienţele lor cu grupuri de autoajutorare (fie mergînd la întîlnirile acestora, fie online). Studenţii îi pot întreba pe oameni ce anume au considerat a fi cel mai util cu privire la modurile în care membrii grupului s-au ajutat unii pe alţii, prin intermediul relatărilor şi dezvăluirilor.

- *Sprijinul pentru alţii*: Puteţi face autodezvăluiri astfel încît să îi ajutaţi pe alţii, mai ales cînd consolaţi persoane care trec prin perioade dificile. Dacă unui prieten îi este greu să accepte divorţul părinţilor, de exemplu, îi puteţi dezvălui cum aţi gestionat situaţiile dramatice din propria familie. Dezvăluirea dumneavoastră îl poate consola şi îi poate semnala acelui prieten că nu este singur. Multe programe de autoajutorare, ca, de exemplu, Alcoolicii Anonimi, folosesc acest principiu pentru a-i ajuta pe membrii lor să-şi dea seama că traversează o perioadă conflictuală asemănătoare[97]. Unele dezvăluiri au chiar efectul de a-i

proteja pe alţii de ameninţări la adresa sănătăţii lor – de exemplu, în situaţia în care o persoană infectată cu HIV îşi dezvăluie afecţiunea unei persoane care oferă servicii medicale sau potenţialilor parteneri sexuali[98].

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Exprimarea emoţiilor este benefică

Cînd parcurgeţi o perioadă dificilă, aţi observat că vă simţiţi mai bine după ce vă formulaţi verbal sentimentele? Unele persoane spun că le face bine să discute cu prieteni care îi sprijină sau cu terapeuţi despre experienţele lor. Alţii spun că pînă şi scrierea sentimentelor într-un jurnal personal îi face să se simtă mai bine, atît mintal, cît şi fizic. Această idee constituie o realitate sau o ficţiune?

Foarte multe studii sugerează că este o realitate. Multiple experimente efectuate de psihologul James Pennebaker şi colegii săi au demonstrat că dezvăluirea sentimentelor în scris – îndeosebi sentimentele asociate cu experienţe traumatice – produce avantaje măsurabile sub aspectul sănătăţii fizice şi mintale. Într-un studiu tipic, participanţii scriu o dată pe săptămînă, timp de 20 de minute, pe parcursul unei perioade de trei săptămîni, despre un eveniment traumatic. Persoanele din grupul de control scriu conform aceluiaşi program despre subiecte neutre, de exemplu, despre ce au făcut în weekend. Pennebaker şi echipa lui au descoperit că, în comparaţie cu grupul de control, participanţii care au făcut dezvăluiri despre evenimente traumatice au înregistrat îmbunătăţiri semnificative ale sănătăţii mintale şi fizice, unele dintre acestea persistînd cîteva luni după încheierea experimentului. Pennebaker crede că ascunderea emoţiilor necesită un efort care poate afecta şi sănătatea unei persoane. Exprimarea emoţiilor prin intermediul cuvintelor – chiar şi în scris – îi poate elibera pe oameni de efortul necesar suprimării emoţiilor lor şi poate determina, în consecinţă, îmbunătăţirea sănătăţii lor.

Întrebaţi-vă

- Cum aţi observat că vă simţiţi mai bine, dacă v-aţi simţit astfel, după ce v-aţi dezvăluit emoţiile?
- În general, vă simţiţi mai confortabil dacă le faceţi dezvăluiri persoanelor de un anumit sex decît persoanelor de celălalt sex sau vă simţiţi la fel de bine făcînd dezvăluiri atît bărbaţilor, cît şi femeilor?

Sursa: Lepore, S.J., Smyth, J.M. (2002). *The writing cure: How expressive writing promotes health and emotional well-being.* Washington, DC: American Psychological Association.

Consolidarea relaţiilor, reciprocitatea, descărcarea emoţională şi sprijinul oferit altora nu constituie singurele avantaje oferite de autodezvăluire, dar acestea se numără printre cele mai importante beneficii ale comunicării interpersonale. Totuşi, înainte să conchidem că autodezvăluirea este întotdeauna un comportament pozitiv, să analizăm cîteva dintre cele mai importante riscuri pe care le presupune.

Riscurile autodezvăluirii

Specialistul în comunicare Malcolm Parks a argumentat că petrecem atît de mult timp gîndindu-ne la avantajele autodezvăluirilor, încît avem tendinţa de a ignora riscurile pe care le presupune atît pentru persoanele care fac autodezvăluiri, cît şi pentru persoanele cărora le sînt adresate[99]. Vom discuta despre patru riscuri potenţiale:

- *Respingerea*: Cînd facem autodezvăluiri, le permitem altora să afle despre noi informaţii pe care nu le cunoşteau. Deşi împărtăşirea unor astfel de informaţii poate avea consecinţe foarte bune, ca, de exemplu, descărcarea emoţională şi consolidarea încrederii, ea implică totodată şi unele riscuri serioase[100]. De exemplu, dacă persoanelor cărora le facem dezvăluiri nu le place ceea ce le spunem? Să presupunem că fratele dumneavoastră vă mărturiseşte că este gay. Dezvăluirea lui vă poate apropia mai mult, dar, dacă sexualitatea lui reprezintă o problemă pentru dumneavoastră, dezvăluirea vă poate determina să-l respingeţi. Adesea,

modul în care reacţionează o persoană la dezvăluiri va decide dacă rezultatul este pozitiv sau negativ.

- *Posibilitatea de a-i obliga pe alţii*: Reciprocitatea autodezvăluirii poate fi un lucru foarte bun, dacă încercaţi să cunoaşteţi mai bine pe cineva. Totuşi, ea o poate face pe cealaltă persoană să se simtă obligată să vă dezvăluie la rîndul ei ceva, deşi nu se simte confortabil făcînd acest lucru. Dincolo de potenţialul de a crea tăceri stînjenitoare şi sentimente de disconfort, astfel de sentimente pot determina persoana respectivă să vă evite.
- *Rănirea altora.* Pe lîngă faptul că îi faceţi pe ceilalţi să se simtă inconfortabil, este posibil să îi răniţi cu dezvăluiri care sînt prea critice sau prea personale. În pofida maximei „Sinceritatea este cea mai bună strategie", sinceritatea necenzurată poate cauza răniri şi chiar resentimente. Imaginaţi-vă că soţia dumneavoastră vă întreabă ce părere aveţi despre o prietenă a ei din copilărie pe care a regăsit-o recent pe Internet. Nu aţi simpatizat-o niciodată prea mult pe Sonya, pe de o parte, vreţi să fiţi sincer, iar pe de altă parte, vreţi să fiţi amabil, deoarece reluarea prieteniei dintre ele pare să o binedispună pe soţia dumneavoastră. Într-adevăr, poate aţi fost învăţat că, dacă nu puteţi spune ceva bun, mai bine nu spuneţi nimic. Această regulă de politeţe are drept scop diminuarea şanselor ca o persoană să fie rănită de o autodezvăluire prea critică.

Etica în prim-plan: Uneori, oamenii cred că nu este greşit să comunice informaţii private despre alte persoane, dacă au încredere că persoana căreia i le comunică le va ţine secrete. Chiar dacă receptorul păstrează secretul, acest fapt constituie totuşi un act lipsit de etică?

- *Încălcarea intimităţii altor persoane*: Dezvăluirile inadecvate pot chiar să-i rănească pe oamenii care nu participă la conversaţie. De exemplu, în septembrie 2010, patru adolescenţi americani - Tyler Clementi (18 ani), Billy Lucas (15 ani), Asher Brown (13 ani) şi Seth Walsh (13 ani) - s-au sinucis după ce se pare că au fost ridiculizaţi din cauza unor zvonuri privind faptul că erau homosexuali. Moartea lor a determinat mass-media să acorde o atenţie sporită problemelor care pot surveni cînd se încalcă intimitatea persoanelor, prin dezvăluiri inadecvate.

Persoanele implicate în multe relaţii, printre care relaţiile familiale, cele de prietenie şi cele de la locul de muncă, împărtăşesc informaţii private cu ceilalţi, care nu ar trebui să fie comunicate altora. Cînd dezvăluim astfel de informaţii unor terţe persoane fără a avea permisiunea - comportament pe care îl numim **bîrfă** -, riscăm să rănim anumiţi oameni şi să-i facem să nu mai aibă încredere în noi.

➲ **bîrfă** Comunicarea unor informaţii personale despre cineva unei terţe părţi, fără consimţămîntul primei persoane.

Riscurile dezvăluirilor online

Anterior, în acest capitol, am analizat modul în care dezvăluirile făcute în mediile online sînt adesea hiperpersonale sau au un caracter mai personal decît dacă ar fi făcute faţă în faţă. Tendinţa de hiperpersonalizare determină o vulnerabilitate sporită a dezvăluirilor online la riscurile discutate mai sus. După cum vom vedea în capitolul 11, potrivit cercetătorilor, comunicarea online are un „efect de dezinhibare", încurajîndu-i pe oameni să spună sau să facă lucruri pe care nu le-ar face dacă s-ar afla într-un cadru de tip faţă în faţă[101]. De exemplu, poate că nu vă simţiţi confortabil discutînd despre detaliile intime privind sănătatea dumneavoastră, cînd vă aflaţi împreună cu un prieten într-un restaurant, dar le puteţi descrie explicit membrilor unui grup de suport online.

Dezinhibarea asociată cu comunicarea mediată de calculator poate fi eliberatoare, deoarece ne ajută să ne simţim liberi să ne exprimăm altfel decît ne-am exprima în mod normal. Totuşi, trebuie să fim atenţi să nu dezvăluim altora informaţii inadecvate despre noi înşine sau despre alţii. Deoarece aproape toate tipurile de comunicare mediate de calculator sînt în formă scrisă,

receptorii pot salva dezvăluirile făcute online şi chiar le pot trimite unor terţe părţi. Iată exemplul lui Lanny, care a făcut într-un chat-room o autodezvăluire cu privire la nerăbdarea sa legată de defectul de vorbire al şefului său. O altă persoană din chat-room a recunoscut pseudonimul online al lui Lanny şi i-a trimis şefului său afirmaţiile respective, iar acesta le-a considerat extrem de ofensatoare.

Multe persoane şi-au exprimat regretul sau detresa cu privire la informaţiile dezvăluite online de alţii, fenomen numit *postcyberdisclosure panic* (panică postcyberdezvăluire)[102]. Deoarece dezvăluirile sînt făcute de obicei online sub forma textelor scrise şi pentru că oamenii se simt dezinhibaţi cînd fac dezvăluiri online, este bine să fiţi extrem de atent în legătură cu informaţiile pe care le dezvăluiţi în contexte mediate de calculator.

ÎNVĂŢAŢI Ce semnificaţie au amploarea şi profunzimea autodezvăluirii? În ce fel autodezvăluirea poate întări relaţiile? Care sînt principalele riscuri ale autodezvăluirii? Ce aspecte ale comunicării online fac o persoană deosebit de vulnerabilă la aceste riscuri?

APLICAŢI Alegeţi un prieten, un membru al familiei şi un coleg de şcoală sau de serviciu. Pentru fiecare, refaceţi desenul din figura 3.2, specificînd atît amploarea, cît şi profunzimea dezvăluirilor pe care le faceţi de obicei persoanei respective. Observaţi asemănările şi deosebirile dintre cele trei relaţii, sub aspectul amplorii şi profunzimii.

REFLECTAŢI În ce mod beneficiaţi de dezvăluirile făcute altor persoane? Cum vă simţiţi cînd oamenii vă fac dezvăluiri inadecvate?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

1. Înţelegerea sinelui: concepţia despre sine (p. 93)
   - Concepţia dumneavoastră despre sine constă în percepţiile privind cine anume sînteţi. Concepţia despre sine are mai multe faţete, este parţial subiectivă şi persistentă, dar se poate modifica.
   - Personalitatea, rolurile culturale şi rolurile de gen, aprecierea reflectată şi comparaţia socială, toate acestea influenţează dezvoltarea concepţiei despre sine.
   - Automonitorizarea şi predicţia care se autoadevereşte sînt două modalităţi prin care concepţia despre sine poate modela comportamentul de comunicare.
2. Valorizarea sinelui: stima de sine (p. 103)
   - Stima de sine reprezintă evaluarea subiectivă a valorii dumneavoastră ca persoană. O stimă de sine sporită constituie un avantaj, din unele puncte de vedere, şi un dezavantaj, din alte considerente.
   - Grupurile etnice par să difere întru cîtva sub aspectul stimei de sine. În Statele Unite, femeile au declarat că au o stimă de sine sporită faţă de bărbaţi, în cadrul minorităţilor etnice, dar nu şi în rîndul albilor nonhispanici.
   - Oamenii au necesităţi fundamentale de control, includere şi afecţiune; stima de sine este influenţată de gradul de satisfacere a acestor necesităţi.
3. Prezentarea sinelui: managementul imaginii (p. 109)
   - Imaginea dumneavoastră constă în modul în care vreţi să vă perceapă ceilalţi. Majoritatea oamenilor gestionează imagini multiple, în moduri complexe, bazate pe colaborare.
   - Oamenii au trei necesităţi legate de faţă: necesitatea de camaraderie, necesitatea de autonomie şi necesitatea de competenţă. Comportamentele care afectează necesităţile asociate cu faţa se numesc acte ameninţătoare la adresa feţei.
4. Comunicarea sinelui: autodezvăluirea (p. 116)
   - Autodezvăluirea constituie acţiunea deliberată de a le oferi altora informaţii despre noi înşine pe care le considerăm adevărate şi pe care ceilalţi nu le posedă deja. Are un caracter intenţional şi implică informaţii adevărate, variază de la o relaţie la alta, sub aspectul amplorii şi profunzimii, de obicei se desfăşoară sub forma unui proces, este reciprocă, are mai multe scopuri şi este influenţată de gen şi de cultură.

- Printre avantajele autodezvăluirii se numără consolidarea relaţiilor şi a încrederii, probabilitatea reciprocităţii, descărcarea emoţională şi oferirea de sprijin.
- O serie de riscuri asociate cu autodezvăluirea sînt respingerea, posibilitatea de a-i determina pe alţii să se simtă obligaţi, posibilitatea de a răni alte persoane şi încălcarea intimităţii altei persoane.
- Unele dintre riscurile autodezvăluirii sînt mai mari în cazul în care autodezvăluirea survine în mediul online.

TERMENI-CHEIE

act ameninţător la adresa feţei (p. 114)
amploare (p. 117)
aprecierea reflectată (p. 99)
autodezvăluire (p. 116)
bîrfă (p. 123)
comparaţie socială (p. 99)
concepţia despre sine (p. 93)
faţă (p. 113)
fereastră Johari (p. 94)
figurare (p. 113)
grupuri de referinţă (p. 99)
identitate (p. 93)
imagine (p. 109)
managementul imaginii (p. 109)
necesităţi legate de autonomie (p. 113)
necesităţi legate de camaraderie (p. 113)
necesităţi legate de competenţă (p. 113)
necesităţile feţei curate (p. 113)
nevoia de afecţiune (p. 108)
nevoia de control (p. 107)
nevoia de includere (p. 108)
norma reciprocităţii (p. 119)
personalitate (p. 97)
predicţie care se autoadevereşte (p. 101)
profunzime (p. 117)
stima de sine (p. 103)
teoria penetrării sociale (p. 117)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUŢII

1. În ce fel s-a modificat concepţia dumneavoastră despre sine pe parcursul adolescenţei şi al vieţii adulte? Ce componente ale concepţiei despre sine au rămas relativ constante?
2. În ceea ce priveşte comparaţia socială, ce grupuri de referinţă sînt deosebit de relevante pentru dumneavoastră?
3. Ce aspecte benefice are bîrfa? În ce fel poate determina rezultate relaţionale pozitive?
4. Care sînt unele dintre situaţiile care ameninţă nevoia de includere a oamenilor? Dar nevoia de afecţiune? Nevoia de control? În general, cum reacţionaţi în astfel de situaţii?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Motivaţia de a menţine un anumit grad de influenţă în relaţiile noastre este cunoscută sub numele de nevoie de:
   a. apartenenţă;
   b. control;
   c. includere;
   d. autonomie.
2. Denumirea situaţiei în care expectanţele îi determină pe oameni să acţioneze şi să comunice astfel încît să determine adeverirea expectanţelor este:
   a. predicţia care se autoadevereşte;
   b. eroarea atribuirii instrumentale;
   c. autodezvăluirea;
   d. comparaţia socială.
3. Lui Craig nu-i place ca persoanele din jur să-i impună ceva. Craig prezintă un nivel sporit al:
   a. necesităţilor de camaraderie;
   b. necesităţilor de competenţă;

c. necesităților de conectivitate;
d. necesităților de autonomie.

4. După ce Frances i-a dezvăluit lui James teama ei profundă de vorbitul în public, James s-a simțit nevoit să-i împărtășească lui Frances un detaliu personal despre sine. Acest exemplu ilustrează faptul că autodezvăluirea survine de obicei treptat și este ghidată de:
   a. norma reciprocității;
   b. regula reciprocării;
   c. regulile dezvăluirii;
   d. necesitatea de includere.
5. Aspectele autodezvăluirii, conform teoriei penetrării sociale, sînt:
   a. amplitudinea și profunzimea;
   b. onestitatea și intimitatea;
   c. cantitatea și calitatea;
   d. binele și răul.

Completați spațiile goale

1. _____ dumneavoastră constă în modalitățile în care aveți tendința de a gîndi și de a acționa în majoritatea situațiilor.
2. Prin intermediul _____ concepția noastră despre sine este influențată de felul în care credem că ne privesc ceilalți oameni.
3. Evaluarea subiectivă a valorii unei persoane se numește _____.
4. Un comportament care amenință o necesitate legată de față se numește _____.
5. Dezvăluirile făcute într-un mediu online ar fi descrise drept _____ cînd au un caracter mai personal decît ar avea într-un context de tip față în față.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (b); 2 (a); 3 (d); 4 (a); 5 (a); Completați spațiile goale: 6 (personalitatea); 7 (aprecierea reflectată; 8 (stimă de sine); 9 (act amenințător la adresa feței); 10 (hiperpersonale).

RESURSE

Filme

Catch Me If You Can (*Prinde-mă! Dacă poți!*, dramă, 2002, AP-13)
Acest film prezintă viața lui Frank Abagnale, un fost escroc care se prezenta în mod fraudulos drept medic, avocat, profesor și pilot de avion, înainte de a fi arestat. Filmul ilustrează într-un mod dramatic gradul în care oamenii pot adopta și gestiona identități multiple.

Meet the Parents (*Un socru de coșmar*, comedie, 2000, AP-13)
În acest film popular, Greg Focker încearcă din greu să le facă o primă impresie bună părinților logodnicei sale. Totuși, în pofida strădaniilor sale deosebite, le face de mai multe ori o impresie proastă, înainte să fie în sfîrșit acceptat de ei. În mod comic, filmul ilustrează multe dintre provocările asociate cu crearea unei impresii pozitive despre sine.

Cărți și articole din periodice

Baumeister, R.F. (ed.) (1993). *Self-esteem: The puzzle of low self-regard*. New York: Plenum.
Cupach, W.R., Metts, S. (1994). *Facework*. Thousand Oaks, California: Sage.
Goldschmidt, M.M. (2004). Good person stories: The favor narrative as a self-presentation strategy. *Qualitative Research Reports in Communication*, 5, pp. 28-33.
Kelly, A.E., Klusas, J.A., von-Weiss, R.T., Kenny, C. (2001). What is it about revealing secrets that is beneficial?, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, pp. 651-665.

Site-uri

www.utexas.edu/student/cmhc/booklets/selfesteem/selfest.html
Acest website al Centrului de consiliere și sănătate mintală Counseling and Mental Health Center din cadrul University of Texas se axează pe beneficiile stimei de sine şi oferă sugestii pentru îmbunătățirea stimei de sine reduse.

kevan.org/johari
Acest site vă permite să creaţi o fereastră Johari interactivă, selectînd caracteristicile care vi se pare că vă descriu cel mai bine și rugîndu-i apoi pe prieteni şi rude să vă enumere caracteristicile pe care vi le atribuie.

4

Percepția interpersonală

1 Procesul percepției

2 Influențe fundamentale în percepția interpersonală

3 Cum se explică ceea ce percepem

4 Îmbunătățirea abilităților perceptuale

La cîteva clipe după ce își începuse discursul de acceptare a premiului MTV Video Music Award, în 2009, cîntăreața de muzică country Taylor Swift – alături de public – a rămas uluită cînd rapperul Kanye West a apărut brusc pe scenă, i-a luat microfonul din mînă și a declarat că un videoclip al cîntăreței pop Beyoncé ar fi trebuit să cîștige premiul. „Taylor, mă bucur mult pentru tine", a spus West. „Te las să termini, dar Beyoncé a avut unul dintre cele mai bune videoclipuri din toate timpurile!" Vizibil afectată, Swift a părăsit scena după cîteva momente de la ieșirea lui West, lăsîndu-i pe spectatori să se întrebe de ce i-a întrerupt atît de nepoliticos discursul de acceptare.

Cînd sîntem puși față în față cu comportamente sociale, mai ales cu cele pe care le considerăm surprinzătoare, reacția noastră automată este să încercăm să le înțelegem. Trebuie să înțelegem ce se întîmplă, ca să știm cum să reacționăm adecvat la ele. Prin urmare, modul în care evoluăm în universul nostru social depinde în mare măsură de capacitatea noastră de a înțelege semnificația comportamentelor altor persoane. Cînd vorbim despre înțelegerea semnificațiilor, ne referim la procesul percepției. Mintea și simțurile noastre ne ajută să înțelegem lumea, dar ele ne pot determina și să facem greșeli, de exemplu, să interpretăm greșit comportamentele altor oameni. Cu cît învățăm mai multe despre abilitățile de percepție, cu atît ne cunoaștem mai bine pe noi înșine, pe cei din jur și universul nostru. Cu toții putem învăța să percepem mai corect comportamentele, iar acest capitol descrie cum anume.

1. Procesul percepţiei

Deşi este unul dintre cei mai productivi manageri de marketing de la editura la care lucrează, lui Gisele îi este greu să intre în graţiile şefului său, Dale. Gisele prezintă cu entuziasm produse noi şi planuri de marketing inovatoare la şedinţele săptămînale cu Dale, dar el pare interesat doar de rezultate. În loc să împărtăşească entuziasmul lui Gisele faţă de ideile noi, preocupările lui se axează mereu pe costurile pe care le presupune un nou produs şi pe profiturile pe care le va genera. Gisele a ajuns să-l considere pe Dale un manager neinspirat, care pur şi simplu îşi umple timpul rămas pînă la pensionare. Dale recunoaşte că Gisele este plină de energie şi isteaţă, dar o percepe ca fiind naivă din perspectiva modului în care funcţionează afacerea.

O parte dintre provocările cu care se confruntă relaţia dintre Gisele şi Dale se datorează diferenţelor dintre percepţiile lor interpersonale. În această secţiune, vom analiza procesul percepţiei, definind percepţia interpersonală, identificînd etapele percepţiei şi investigînd factorii care influenţează justeţea cu care îi percepem pe ceilalţi.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să scrie despre o situaţie în care au interpretat greşit comportamentele altei persoane. Spuneţi-le să descrie situaţia, comportamentul pe care l-au interpretat greşit şi cum anume au descoperit că interpretaseră greşit. Ce influenţă au avut emoţiile lor, percepţiile şi alte evenimente asociate cu situaţia respectivă asupra interpretării greşite?

În viaţa de zi cu zi: Este tentant să considerăm că percepţiile – datorită caracterului lor subiectiv – nu pot fi puse la îndoială. Cu alte cuvinte, unii oameni se raportează la percepţii ca şi cum acestea nu ar fi niciodată corecte sau greşite; pur şi simplu sînt aşa cum sînt. Totuşi, percepţiile pot fi greşite. Cristalizarea percepţiilor este o aptitudine care poate fi îmbunătăţită prin exerciţii.

Definirea percepţiei interpersonale

Evident, Gisele şi Dale au percepţii destul de diferite unul despre celălalt, dar ce anume înseamnă acest lucru, mai precis? **Percepţia** este procesul de extragere a semnificaţiilor lucrurilor pe care le trăim în mediul nostru, iar cînd aplicăm acest proces la oameni şi relaţii, realizăm **percepţia interpersonală**[1]. Sîntem implicaţi în permanenţă în percepţia interpersonală. De exemplu, Gisele se confruntă mereu cu referirile repetate ale lui Dale la costuri şi profituri şi extrage semnificaţii din ele („nu îl entuziasmează decît rezultatele finale"). Observaţi ce fac şi ce spun prietenii, colegii, rudele şi colegii de serviciu, iar cuvintele şi acţiunile lor au semnificaţii pentru dumneavoastră, pe baza felului în care le interpretaţi.

➲ **percepţie** Procesul de extragere a semnificaţiilor lucrurilor pe care le trăim în mediul nostru.

➲ **percepţie interpersonală** Procesul de extragere a semnificaţiilor legate de persoanele din mediul nostru şi de relaţiile noastre cu acestea.

Cele trei etape ale procesului percepţiei

De obicei, mintea dumneavoastră selectează, organizează şi interpretează informaţiile atît de rapid şi în mod subconştient, încît puteţi avea impresia că percepţiile sînt reflectări obiective, realiste ale lumii din jur. Puteţi crede că aţi perceput că Kanye West a fost nepoliticos cu Taylor Swift pentru că *într-adevăr* a fost nepoliticos cu ea. De fapt, aţi creat percepţia respectivă pe baza informaţiei pe care aţi selectat-o pentru a-i acorda atenţie (i-a întrerupt discursul), a modului în care aţi organizat informaţia respectivă (întreruperea este un comportament nepoliticos) şi a felului în care aţi interpretat-o („el este nepoliticos")[2].

Selectarea, organizarea şi interpretarea sînt cele trei etape fundamentale ale procesului percepţiei. Le vom analiza pe rînd.

SELECTAREA. Procesul percepţiei începe cînd vă sînt stimulate unul sau mai multe simţuri. Treceţi pe lîngă un şantier şi auziţi doi muncitori discutînd despre fundaţia pe care o toarnă. Vedeţi un coleg de clasă care vă zîmbeşte. Un coleg de serviciu vă loveşte peste umăr cînd trece pe lîngă dumneavoastră. Dacă observaţi aceste experienţe senzoriale, auzul, vederea, simţirea loviturii, atunci puteţi iniţia procesul formării percepţiilor.

De fapt, simţurile noastre sînt stimulate în permanenţă de obiectele şi evenimentele din mediul înconjurător. Totuşi, este pur şi simplu imposibil să fim atenţi la tot ce vedem, auzim, mirosim, gustăm şi simţim în orice moment[3]. De exemplu, cînd treceţi pe lîngă şantier, probabil că nu mai auziţi zgomotul traficului.

În loc să acordaţi atenţie tuturor stimulilor din mediu, operaţi o **selecţie**, procesul prin care mintea şi corpul dumneavoastră vă ajută să selectaţi anumiţi stimuli pe care să-i urmăriţi. De exemplu, observaţi că un coleg de clasă vă zîmbeşte, dar nu sînteţi atent la ce anume spun sau fac ceilalţi colegi din clasă. Observaţi că soţul/soţia a uitat să cumpere mîncare pentru cină, dar ignoraţi faptul că a spălat maşina şi v-a luat hainele de la curăţătorie. Evident, informaţiile la care sînteţi atent influenţează percepţiile pe care vi le formaţi.

> ➲ **selecţie** Procesul prin care se acordă atenţie unui anumit stimul.

Este important faptul că nu luăm neapărat decizii conştiente cu privire la stimulii pe care să îi observăm şi la cei pe care să îi ignorăm. Mai degrabă, după cum indică studiile, trei caracteristici determină în mod special tendinţa de a selecta un anumit stimul către care ni se îndreaptă atenţia.

> **Subiect de discuţie:** Ilustraţi această putere a expunerii repetate, cerîndu-le studenţilor să identifice sloganuri sau melodii din reclame, populare în momentul respectiv.

În primul rînd, un stimul iese în evidenţă dacă este ciudat sau neaşteptat[4]. De exemplu, este posibil să nu acordaţi atenţie oamenilor care vorbesc tare, cînd mergeţi prin campus, dar dacă veţi auzi aceeaşi conversaţie la bibliotecă, probabil vă va atrage atenţia, deoarece în mediul respectiv va fi neobişnuită. Poate că mergeţi la maşină, după un curs desfăşurat seara, şi nu-i observaţi prea atent pe ceilalţi studenţi care merg pe acelaşi trotuar, dar remarcaţi un bărbat mai bătrîn, sărăcăcios îmbrăcat, care împinge un cărucior de cumpărături. Prezenţa lui iese în evidenţă, deoarece nu sînteţi obişnuit să vedeţi în campus persoane care arată astfel.

În al doilea rînd, repetiţia sau frecvenţa cu care sînteţi expus la un stimul îl face să iasă în evidenţă[5]. De exemplu, tindeţi să vă amintiţi reclame de la radio pe care le-aţi auzit de mai multe ori, nu pe cele pe care le-aţi auzit o singură dată. La fel, tindeţi să observaţi mai multe caracteristici ale unor persoane pe care le vedeţi des, decît pe cele ale persoanelor pe care le vedeţi rar, ca, de exemplu, înfăţişarea lor fizică şi tiparele comportamentale.

În al treilea rînd, intensitatea unui stimul influenţează cît de des îl observaţi. Observaţi mai degrabă mirosurile puternice decît pe cele slabe, de exemplu, precum şi culorile strălucitoare şi vibrante, mai mult decît pe cele şterse şi terne[6].

ORGANIZAREA. După ce aţi observat un anumit stimul, următorul pas în procesul percepţiei constă în clasificarea lui. Această sarcină, numită **organizare**, vă ajută să înţelegeţi informaţiile, dezvăluind prin ce anume se aseamănă şi prin ce se deosebesc de alte lucruri pe care le cunoaşteţi. Pentru a clasifica un stimul, mintea dumneavoastră îi aplică o *schemă perceptuală* sau un cadru mental, în vederea organizării informaţiei.

> ➲ **organizare** Procesul clasificării informaţiilor selectate pentru a li se acorda atenţie.

Conect@ţi-vă

OAMENI 2.0: PERCEPŢIILE AVATARURILOR

Cînd interacţionează online, mulţi oameni folosesc avataruri ca reprezentări ale lor. Deşi avatarurile nu sînt oameni „reali", ele semnifică persoane reale, aşa că ne obişnuim să le percepem în multe privinţe în acelaşi mod în care am percepe oamenii din jur. Includerea unui avatar într-un e-mail sau într-o postare dintr-un chat-room poate să aibă drept efect faptul că ceilalţi ne percep cuvintele ca fiind mai personale – dar cum este perceput *în realitate* avatarul nostru? Pentru a afla, specialiştii în comunicare Kristine Nowak şi Christian Rauh le-au cerut unor studenţi să evalueze o serie de avataruri şi să-şi descrie percepţiile. Cercetătorii au aflat că:

- *Avatarurile ar trebui să semene cît mai bine cu oamenii.* Unii oameni au creat avataruri bazate pe imagini cu animale sau cu obiecte. Nowak şi Rauh au descoperit însă că avatarurile cu înfăţişare umană erau percepute ca fiind mai credibile şi mai atractive.
- *Avatarurile ar trebui să aibă un gen definit.* Multe avataruri par androgine, adică este dificil de spus dacă intenţia este să pară feminine sau masculine. Conform studiilor, oamenii preferă să interacţioneze mai degrabă cu avataruri pe care le percep ca fiind clar bărbaţi sau femei decît androgini.
- *Persoanele care comunică preferă avataruri care li se potrivesc.* Cînd li s-a cerut să selecteze avatarul pe care ar prefera cel mai mult să-l folosească pentru ei înşişi, participanţii la studiu au manifestat o preferinţă predominantă pentru avataruri cu înfăţişare umană care corespundeau genului lor.

Dacă creaţi un avatar pe care să îl folosiţi în comunicarea mediată de calculator, nu uitaţi că alţii îl vor percepe drept o reprezentare a dumneavoastră. Gîndiţi-vă la percepţiile pe care vreţi să le creeze avatarul dumneavoastră atunci cînd comunicaţi interpersonal şi observaţi percepţiile pe care vi le formaţi în legătură cu avatarurile altora.

Sursa: Nowak, K.L., Rauh, C. (2006). The influence of the avatar on online perceptions of anthropomorphism, androgyny, credibility, homophily and attraction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, pp. 153-178.

Conform specialistului în comunicare Peter Andersen, folosim patru tipuri de scheme pentru a clasifica informaţiile pe care le observăm în legătură cu alţi oameni: constructe fizice, constructe de rol, constructe de interacţiune şi constructe psihologice[7].

- *Constructele fizice* evidenţiază înfăţişarea oamenilor, determinîndu-ne să observăm caracteristici *obiective* precum înălţimea, vîrsta, etnia şi forma corpului, dar şi caracteristici *subiective* cum ar fi atractivitatea fizică. După cum ilustrează caseta „Conectaţi-vă", folosim constructele fizice pentru a percepe nu doar oamenii, ci şi reprezentările grafice ale acestora, numite *avataruri*.
- *Constructele de rol* evidenţiază poziţia socială şi profesională a oamenilor, aşa că observăm dacă o persoană este profesor, contabil, tată, lider al unei comunităţi şi aşa mai departe[8].
- *Constructele de interacţiune* evidenţiază comportamentul unei persoane, aşa că observăm dacă o persoană este sociabilă, agresivă, timidă, sarcastică sau atentă.
- *Constructele psihologice* evidenţiază gîndurile şi sentimentele oamenilor, determinîndu-ne să percepem dacă o persoană este mînioasă, sigură pe sine, nesigură, invidioasă sau îngrijorată.

Gîndiţi-vă la prima întîlnire cu profesorul de comunicare interpersonală. Ce informaţii senzoriale aţi înregistrat cu privire la el/ea şi ce schemă i-aţi aplicat? Poate că aţi acordat atenţie vîrstei profesorului, etniei sau îmbrăcămintei. În acest caz, probabil că aţi organizat respectivele informaţii drept constructe fizice, adică aţi recunoscut că toate îl definesc pe profesor ca fiinţă fizică. Dacă aţi fost atent la cît de prietenos sau de exigent este profesorul, probabil că aţi organizat aceste informaţii drept constructe de interacţiune, recunoscînd că sînt asociate cu modul în care profesorul se comportă sau comunică. Dacă v-aţi axat pe cît de bine a predat profesorul, aţi pus accentul pe constructele de rol, observînd funcţia profesională a profesorului în sala de curs. În cele din urmă, dacă aţi observat cît de vesel sau de încrezător

părea profesorul, v-aţi concentrat asupra constructelor psihologice, acordînd atenţie dispoziţiei sau stării lui.

Orice schemă am folosi pentru a organiza informaţiile despre oameni – şi folosim mai mult de una deodată –, procesul organizării ne ajută să stabilim modalităţile în care se relaţionează diverse informaţii pe care le selectăm pentru a le acorda atenţia noastră[9]. De exemplu, dacă observaţi că vecinul dumneavoastră este antrenor de softball în Little League şi tată a trei copii, aceste două informaţii se corelează, deoarece ambele se referă la rolurile pe care le îndeplineşte. Dacă observaţi că pare iritat, nervos, aceste informaţii se corelează ca exemple ale stării lui psihologice. În plus, le recunoaşteţi ca fiind diferite de informaţiile cu privire la rolurile, caracteristicile fizice sau comportamentele lui.

De asemenea, schemele perceptuale ne pot ajuta să stabilim cum seamănă şi cum se diferenţiază alţi oameni de noi. Dacă dentistul dumneavoastră este femeie, acesta este un aspect prin care seamănă sau se diferenţiază de dumneavoastră. Dacă este prietenos/prietenoasă şi deschis/deschisă, aceasta este o altă asemănare (sau deosebire). Schemele perceptuale ne ajută să organizăm informaţiile senzoriale într-un mod coerent, ca să putem avansa în procesul de percepţie[10].

INTERPRETAREA. După ce observaţi şi clasificaţi un stimul, trebuie să-i atribuiţi o **interpretare**, ca să stabiliţi ce anume înseamnă pentru dumneavoastră. Să presupunem că una dintre colegele de serviciu s-a purtat deosebit de prietenos cu dumneavoastră în ultima săptămînă. Vă zîmbeşte mereu, vă aduce mici atenţii şi se oferă să vă facă servicii în timpul pauzei de prînz. Comportamentul ei se remarcă în mod evident, şi probabil l-aţi clasificat drept un construct psihologic, deoarece este asociat cu gîndurile şi sentimentele ei faţă de dumneavoastră. Ce *înseamnă* însă comportamentul ei? Cum ar trebui să-l interpretaţi? Se poartă amabil pentru că se pregăteşte să vă ceară un mare favor? Vrea să-i facă o impresie bună şefului ei? Îi place oare de dumneavoastră? Dacă vă place, vă place ca pe un prieten sau ca pe un potenţial partener de cuplu?

> **interpretare** Procesul de atribuire a semnificaţiilor unor informaţii selectate pentru a li se acorda atenţie şi pentru a fi organizate.

Pentru a găsi răspunsul la aceste întrebări, probabil că veţi ţine cont de trei factori pentru a-i interpreta comportamentul: *experienţa* dumneavoastră personală, *ceea ce cunoaşteţi* despre ea şi *gradul de intimitate* a relaţiei. Experienţa personală vă ajută să atribuiţi semnificaţii comportamentului ei. Dacă alţi colegi de serviciu s-au purtat amabil cu dumneavoastră în trecut doar pentru a obţine ulterior favoruri, atunci puteţi fi suspicios faţă de comportamentul acestei colege[11]. Faptul că o cunoaşteţi pe respectiva persoană vă ajută să-i interpretaţi acţiunile. Dacă ştiţi că este prietenoasă şi drăguţă cu toată lumea, îi puteţi interpreta comportamentul altfel decît dacă observaţi că este amabilă doar cu dumneavoastră[12]. În cele din urmă, gradul de apropiere a relaţiei cu cineva influenţează felul în care interpretaţi comportamentul persoanei respective. Cînd prietenul cel mai bun vă face o favoare neaşteptată, probabil că o interpretaţi drept un indiciu sincer de prietenie. În schimb, cînd un coleg de serviciu vă face o favoare, tindeţi mai degrabă să vă întrebaţi dacă are un motiv ascuns[13].

> **Subiect de discuţie:** Studenţii pot confunda percepţia cu interpretarea, dar interpretarea constituie doar un pas din procesul de percepţie. Nu putem interpreta un stimul pe care nu l-am observat, de exemplu.

Atît experienţa, cît şi cunoştinţele şi intimitatea pot influenţa modul în care interpretaţi ceea ce percepeţi, dar aceşti factori nu sugerează neapărat aceeaşi interpretare. Gîndiţi-vă din nou la exemplul cu bătrînul care împinge un cărucior de la magazin într-o seară, în campus. Poate că aţi mai avut experienţe cu cerşetori şi oameni fără adăpost în oraşul în care aţi crescut, aşa că îi interpretaţi înfăţişarea şi comportamentul drept indicii ale faptului că este în trecere. Totuşi, să presupunem că ştiţi şi că departamentul de teatru de la instituţia dumneavoastră de învăţămînt repetă în acea perioadă o piesă despre dificultăţile cu care se confruntă oamenii fără adăpost. Această informaţie vă determină să-i interpretaţi înfăţişarea şi comportamentul

drept indicii ale faptului că este implicat în producţia dramatică. În acest exemplu, experienţa şi cunoştinţele dumneavoastră vă determină să interpretaţi destul de diferit aceeaşi situaţie. Deoarece nu-l cunoaşteţi personal pe bărbat, gradul de intimitate al relaţiei cu el nu vă oferă indicii suplimentare care să vă faciliteze interpretarea.

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să urmărească discursuri politice ale candidaţilor cu care sînt de acord şi cu care nu sînt de acord, pentru a ilustra relaţia dintre selecţie, organizare şi interpretare.

Am văzut că percepţia este un proces, ceea ce înseamnă că are loc în etape, fapt care nu înseamnă însă că procesul este întotdeauna liniar. Cele trei etape ale percepţiei – selecţia, organizarea şi interpretarea informaţiei – se suprapun[14]. Modul în care interpretăm un comportament depinde de ceea ce observăm despre el, de exemplu, dar ceea ce observăm poate depinde şi de felul în care îl interpretăm.

PE SCURT • ETAPE ALE PROCESULUI PERCEPŢIEI

Selecţie • Alegem anumite informaţii senzoriale cărora le acordăm atenţie
Organizare • Clasificăm fiecare informaţie, pentru a stabili cum se aseamănă şi cum se diferenţiază de alte informaţii
Interpretare • Atribuim semnificaţii fiecărei informaţii

De exemplu, să presupunem că ascultaţi discursul unui politician. Dacă ideile şi propunerile sale vi se par favorabile, atunci îi puteţi interpreta atitudinea şi stilul de a vorbi drept exemple de inteligenţă şi încredere în sine. În schimb, dacă nu sînteţi de acord cu ideile lui, îi puteţi interpreta atitudinea şi stilul de a vorbi drept exemple de aroganţă şi incompetenţă. Fiecare interpretare, la rîndul ei, vă poate determina să selectaţi pentru a le acorda atenţie doar acele comportamente sau caracteristici care vin în sprijinul interpretării dumneavoastră şi să le ignoraţi pe cele care nu o susţin. Prin urmare, deşi percepţia survine în etape, ele nu se derulează întotdeauna în aceeaşi ordine. Secţiunea „Pe scurt" rezumă cele trei etape ale percepţiei.

Observăm, organizăm şi interpretăm în mod constant lucrurile din jur, inclusiv comportamentele altor persoane. Asemenea altor aptitudini, percepţia trebuie exersată, iar percepţiile noastre sînt uneori mai corecte în unele situaţii decît în altele.

Influenţe asupra acurateţei perceptuale

Deoarece avem în permanenţă percepţii, s-ar putea crede că ar trebui să fim cu toţii deja experţi în ele. În realitate, greşelile perceptuale sînt uşor de făcut. De exemplu, poate că sora dumneavoastră vă sună să vadă ce faceţi, îngrijorată, cînd sînteţi bolnav. Totuşi, fiind prost dispus şi iritat din cauza bolii, percepeţi că vă sună doar pentru că se simte obligată. Iată un alt exemplu : într-o călătorie în străinătate, percepeţi faptul că doi adulţi pe care îi vedeţi într-un restaurant se ceartă aprins. De fapt, după cum veţi afla ulterior, ei au comportamente care în cultura respectivă semnifică interesul şi implicarea.

De ce continuăm să facem erori perceptuale, în pofida experienţelor acumulate ? Trei factori ne influenţează îndeosebi acurateţea percepţiilor şi pot genera erori : fiziologia noastră, fondul cultural şi subcultural şi rolurile sociale.

În viaţa de zi cu zi: Este uşor să îi luăm din scurt pe cei din jur cînd sîntem bolnavi, flămînzi, obosiţi sau grăbiţi. Cum putem preveni astfel de comportamente?

Subiect de discuţie: Diferenţele sub aspectul capacităţilor senzoriale sînt un factor important, care trebuie reţinut cînd interacţionăm cu oamenii care au anumite dizabilităţi, între care cei cu probleme de văz sau auz. De exemplu, imaginaţi-vă ce efect are incapacitatea de a auzi asupra percepţiilor unei persoane, deşi persoana respectivă poate citi pe buze. Probabil că ea nu va sesiza indicii precum volumul, intensitatea şi tonul vocii, care ar ajuta o persoană ce aude bine în procesul de elaborare a percepţiilor.

Trăsăturile fiziologice influenţează modul în care reacţionaţi la diverse alimente, precum şi felul în care percepeţi diferite comportamente.

Stările şi trăsăturile fiziologice. *Fiziologia* este studiul modalităţilor mecanice şi biochimice de funcţionare a

corpului nostru. Multe aspecte ale fiziologiei noastre influenţează modul în care percepem lumea[15]. Acum ne vom axa îndeosebi pe stările şi trăsăturile fiziologice.

Stările fiziologice sînt situaţii temporare. Intrăm şi ieşim din diverse stări fiziologice, ceea ce înseamnă că influenţa lor vine şi trece în timp. De exemplu, starea fiziologică de oboseală ne modifică percepţia timpului şi ne poate face anxioşi. Prin urmare, cele cinci minute cît stăm la coadă la magazin ni se pot părea mult mai lungi[16]. La fel, starea de a fi flămînd sau bolnav pare să ne consume energia şi ne face iritabili şi nerăbdători, diminuîndu-ne capacitatea de a ne înţelege cu ceilalţi[17]. Probabil că vă vin în minte experienţe personale care demonstrează modul în care acestea sau alte aspecte ale fiziologiei v-au influenţat acurateţea perceptuală.

În schimb, *trăsăturile fiziologice* sînt aspecte care ne influenţează permanent. În comparaţie cu stările, care se modifică încontinuu, trăsăturile sînt mai constante. De exemplu, percepţia se bazează în foarte mare măsură pe simţurile noastre – pe capacitatea de a vedea, auzi, atinge, gusta şi mirosi. O voce care îi sună numai bine unei persoane cu deficienţe auditive, altora li se poate părea prea intensă. O mîncare pe care o consideraţi prea picantă i se poate părea altcuiva lipsită de gust[18]. Puteţi avea impresia că într-o cameră este prea cald, o altă persoană crede că este prea frig, iar o a treia persoană poate crede că este numai bine. Simţurile noastre ne ajută să percepem şi să înţelegem lumea. Prin urmare, cînd capacităţile noastre senzoriale diferă, şi percepţiile noastre diferă adesea.

O altă trăsătură fiziologică este ritmul biologic sau ciclul modificărilor zilnice ale temperaturii corporale, atenţiei şi dispoziţiei[19]. Pe măsură ce nivelurile diverşilor hormoni cresc şi scad pe parcursul zilei, nivelul energiei şi sensibilitatea noastră la stres se modifică de asemenea. În consecinţă, pe parcursul unei zile există momente în care interacţionăm pozitiv cu oamenii şi alte momente în care sîntem prost dispuşi şi ne supărăm mai uşor.

Ritmul biologic al fiecăruia este uşor diferit. Poate că vă simţiţi cel mai bine şi mai alert dis-de-dimineaţă, iar colegul dumneavoastră de cameră este o „pasăre de noapte" şi nu îşi intră în ritm decît mai tîrziu, pe parcursul zilei. În cea mai mare parte a timpului, aceste diferenţe nu constituie o problemă majoră. Totuşi, conform studiilor, cînd partenerii de cuplu au ritmuri biologice foarte diferite, ei au mai multe conflicte şi mai puţină intimitate decît partenerii ale căror ritmuri sînt mai asemănătoare[20].

Să analizăm cazul Aidei şi al partenerului ei, Luca. Aida se trezeşte în jurul orei 6 a.m. în fiecare zi. Ritmul ei biologic îi conferă cea mai multă energie dimineaţa devreme, dar seara devreme este somnoroasă şi gata să se culce. În schimb, lui Luca îi place să doarmă dimineaţa pînă la 8 sau 9. Are energie seara tîrziu şi adesea stă treaz pînă după miezul nopţii. Drept consecinţă a ritmurilor lor diferite, Luca este iritat ori de cîte ori trebuie să se trezească amîndoi devreme, ca, de exemplu, atunci cînd trebuie să prindă un avion dis-de-dimineaţă. La fel, Aida este nemulţumită cînd amîndoi trebuie să stea treji pînă tîrziu, ca, de exemplu, cînd trebuie să aibă grijă de nepoţii lor.

Din cauză că fie Aida, fie Luca este întotdeauna prost dispus în aceste intervale, se enervează frecvent unul pe celălalt. De asemenea, îşi interpretează în mod negativ comportamentele. De exemplu, cînd Luca uită să-şi pună hainele în maşina de spălat, nervozitatea Aidei o determină să interpreteze acest comportament drept o încercare deliberată de a o enerva, şi nu o scăpare nevinovată. La fel, dacă Aida îi vorbeşte agitat lui Luca, propria lui nervozitate îl determină să-i interpreteze tonul vocii drept unul condescendent, în loc să se gîndească la faptul că ea este poate pur şi simplu obosită. Tendinţa lor reciprocă de a-şi interpreta negativ comportamentele îi determină pe Aida şi pe Luca să lase chiar şi cele mai mărunte nemulţumiri să se transforme în certuri. Totuşi, dacă ritmurile lor biologice ar fi mai asemănătoare, s-ar simţi plini de energie şi somnoroşi în aceleaşi perioade. În consecinţă, s-ar înţelege mai bine unul pe celălalt şi ar tinde în mai mică măsură să se simtă desincronizaţi.

CULTURA ŞI SUBCULTURA. O altă influenţă majoră asupra acurateţei percepţiilor noastre este exercitată de cultura şi subculturile cu care ne identificăm. Valorile şi normele culturale au

multe efecte asupra felului în care comunicăm la nivel interpersonal. Pe lîngă faptul că ne influenţează comportamentul, cultura influenţează şi percepţiile şi interpretările comportamentelor altor oameni[21].

Subiect de discuţie: Pentru majoritatea oamenilor, este foarte dificil să „renunţe" la propriile influenţe culturale atunci cînd îşi formează percepţii – nu numai pentru că influenţele culturale sînt intense, ci şi pentru că ele operează adesea fără să fim conştienţi de ele. Totuşi, exersînd, mulţi oameni pot conştientiza mai bine modul în care experienţele culturale şi subculturale le influenţează percepţiile.

Să presupunem că Jason, un american, o cunoaşte pe Rosella, o italiancă, la reuniunea internaţională a companiei lor de vînzări. Jason observă că Rosella stă foarte aproape de el şi îl atinge frecvent, iar aceste comportamente îl fac să se simtă stînjenit. El poate percepe că Rosella este dominatoare şi agresivă, deoarece în SUA oamenii menţin de obicei o distanţă socială mai mare şi ating mai rar cunoştinţele noi decît o fac italienii. Observînd disconfortul lui Jason, Rosella poate percepe că el este timid sau retras din punct de vedere social, deoarece italienii sînt obişnuiţi cu distanţe interpersonale mai mici şi cu atingeri mai frecvente[22]. În această situaţie, normele culturale ale Rosellei şi ale lui Jason le influenţează nu doar comportamentele, ci şi percepţiile privind comportamentul celuilalt.

De asemenea, şi comportamentele asociate subculturilor pot influenţa percepţiile. Adolescenţii pot percepe sfaturile părinţilor ca fiind depăşite şi irelevante, de exemplu, în timp ce părinţii pot percepe indiferenţa adolescenţilor cu privire la sfaturile lor drept naivă[23]. Unele persoane din clasa de mijloc pot percepe că oamenii bogaţi profită în mod constant de ele, în timp ce bogaţii pot considera că oamenii din clasele inferioare sînt leneşi sau nerecunoscători[24]. Liberalii şi conservatorii îşi pot percepe reciproc comportamentele ca fiind bazate pe ignoranţă[25].

Fiecare dintre noi avem multiple „lentile" prin care percepem lumea. Unele dintre aceste lentile sînt produsul fondului nostru cultural. Multe altele sînt influenţate de vîrstă, clasa socială, orientarea politică, educaţie, religie şi hobby-uri, precum şi de alte elemente ale subculturilor din care facem parte.

Pentru exponenţii multor populaţii marginalizate din punct de vedere social, experienţa impresiei de a fi înţeles greşit de cei din jur este una obişnuită. Iată exemplul lui Hasani, profesor de liceu, care s-a luptat cu depresia clinică cea mai mare parte a vieţii sale adulte. În cea mai mare parte a timpului, Hasani îşi controlează depresia în mod adecvat, cu ajutorul medicaţiei. Totuşi, uneori are cîte un episod de depresie severă, pe parcursul căruia devine imobil din punct de vedere fizic şi mintal. Boala sa îl determină să absenteze de la serviciu mai frecvent decît ar fi normal şi îl sileşte adesea pe director să-i găsească un înlocuitor în ultima clipă.

Unii dintre colegii şi studenţii lui Hasani percep că el profită de un sistem care îi permite să lipsească de la serviciu fără a suferi consecinţe. Deoarece caracterul incapacitant al depresiei nu este clar vizibil, altora le poate fi uşor să perceapă că Hasani pur şi simplu îşi ia cîte o zi liberă ori de cîte ori este indispus. Percepţia inadecvată este alimentată de înţelegerea greşită a depresiei.

Rolurile sociale. Un *rol social* este un ansamblu de comportamente aşteptate de la o persoană într-o anumită situaţie socială. Fiecare dintre noi joacă mai multe roluri sociale, iar acestea ne pot influenţa la rîndul lor corectitudinea percepţiilor. Un exemplu ar fi rolurile de gen. Genul şi sexul biologic influenţează o diversitate de comportamente comunicaţionale, aşa încît nu este surprinzător că ele influenţează percepţia pe care ne-o formăm cu privire la alţii[26].

De exemplu, după ani de muncă susţinută şi de rezultate mereu de excepţie, Karin a fost promovată în sfîrşit ca senior manager la compania de telecomunicaţii unde lucrează. Acum, ea coordonează o echipă alcătuită din 12 manageri, 7 bărbaţi şi 5 femei. Karin are experienţă, este foarte motivată şi directă în relaţiile cu ceilalţi. Femeile din echipă o consideră puternică, hotărîtă şi un model excelent pentru femeile din conducere. Totuşi, bărbaţilor li se pare dominatoare, agresivă şi insistentă, deoarece îi percep comportamentul ca fiind nefeminin. În

acest caz, bărbații și femeile care altfel au multe în comun (toți sînt manageri și au același șef) percep aceleași comportamente în moduri complet diferite.

De asemenea, experiența și rolurile noastre ocupaționale ne pot influența percepțiile privind comportamentele celorlalți[27]. De exemplu, cînd a devenit pentru prima oară mamă, Charlotte s-a îngrozit cînd bebelușul ei a început să manifeste mișcări bruște și agitație, în timp ce îl ținea în brațe. Era sigură că are convulsii, așa că l-a dus repede la Urgențe. Derek, asistent medical cu experiență în pediatrie, a recunoscut imediat problema: copilul pur și simplu sughița. I-a explicat lui Charlotte că adesea nou-născuții nu scot sunetul specific sughițului, așa că mișcările bruște ale bebelușului pot fi confundate ușor cu ceva mai grav. Datorită instruirii și experienței diferite în ceea ce privește copiii, Derek și Charlotte au perceput destul de diferit același comportament.

În viața de zi cu zi: Din păcate, acest exemplu poate fi și invers: un părinte sau un îngrijitor neexperimentat poate percepe un anumit fapt ca fiind lipsit de consecințe, pe cînd în realitate acesta pune în pericol sănătatea bebelușului. Reiese astfel că percepțiile noastre au adesea consecințe pentru cei din jur.

ÎNVĂȚAȚI Ce înseamnă a avea percepții interpersonale? Care este legătura dintre selectare, organizare și interpretare? Cum ne influențează stările sau trăsăturile fiziologice, cultura, subculturile și rolurile sociale capacitatea de a avea percepții?

APLICAȚI Gîndiți-vă la felul în care ați perceput recent comportamentul altcuiva. În scris, descrieți ce a făcut persoana respectivă și care a fost percepția dumneavoastră. Ținînd cont de ceea ce știți acum cu privire la efectele fiziologiei, culturii și ale rolurilor sociale asupra elaborării percepțiilor, formulați cel puțin două percepții alternative pe care le-ați fi putut avea cu privire la același comportament.

REFLECTAȚI Ce informații senzoriale receptați în acest moment? Cum influențează subculturile din care faceți parte percepțiile pe care le aveți cu privire la cei din jur?

2. Influențe fundamentale în percepția interpersonală

În cea mai mare parte a timpului, credem că vedem lumea așa cum este ea. De exemplu, managerii de sex masculin din echipa lui Karin o considerau agresivă și dominatoare, dar oare o percepeau astfel pentru că așa era în realitate sau mai degrabă pentru că le displăcea să aibă drept șef o femeie? Deși ne bazăm mult pe percepțiile noastre, studiile arată că respectivele percepții sînt supuse unui anumit număr de constrîngeri, dintre care multe operează fără să le conștientizăm. În această secțiune, vom analiza șapte influențe fundamentale care ne afectează percepțiile.

Exercițiu de redactare: Cereți-le studenților să enumere cinci stereotipuri despre care cred că sînt în mare parte incorecte și cinci pe care le consideră îndeosebi juste. Le-ar putea fi greu să alcătuiască a doua listă, dar astfel va fi pregătită discuția despre justețea stereotipurilor.

Stereotipizarea se bazează pe generalizare

Sînteți probabil familiarizat cu **stereotipurile**, care sînt generalizări cu privire la un grup sau o categorie de persoane ce pot avea influențe puternice asupra modului în care percepem oamenii respectivi[28]. Stereotipizarea este un proces cu trei etape:

⊃ stereotipuri Generalizări cu privire la grupuri de persoane, aplicate membrilor individuali ai grupurilor respective

- În primul rînd, identificăm un grup căruia credem că îi aparține o altă persoană („ești blondă").
- În al doilea rînd, ne amintim unele generalizări pe care le fac alții cu privire la persoanele din grupul respectiv („blondele se distrează mai bine").
- În cele din urmă, aplicăm generalizarea respectivă persoanei („prin urmare, probabil că și tu te distrezi mai bine").

Probabil că vă puteţi gîndi la stereotipuri privind multe grupuri[29]. De exemplu, ce stereotipuri vă vin în minte cu privire la bătrîni? Dar despre persoanele cu dizabilităţi fizice sau mintale? Despre bogaţi? Despre persoanele fără adăpost? Despre gay şi lesbiene? Despre fanii literaturii SF? Despre imigranţi? Despre sportivi? Ce stereotipuri vă vin în minte cînd vă gîndiţi la dumneavoastră înşivă?

Stereotipizarea înseamnă clasificarea unei persoane ca parte dintr-un grup, făcînd o generalizare cu privire la grupul respectiv şi aplicînd apoi generalizarea persoanei respective. Ce stereotipuri vă vin în minte cu privire la această persoană?

În opinia multora, stereotipizarea este de prost gust şi lipsită de etică, îndeosebi cînd stereotipurile sînt asociate cu caracteristici precum sexul, rasa şi orientarea sexuală[30]. Fără îndoială, stereotipizarea poate determina unele evaluări inadecvate, ba chiar jignitoare, ale altor persoane. Motivul este că stereotipurile subestimează diferenţele dintre persoanele care aparţin unui grup. De exemplu, poate fi adevărat că persoanele în vîrstă sînt mai conservatoare decît alte grupuri de vîrstă, ceea ce nu înseamnă însă că toţi vîrstnicii sînt conservatori sau că toţi sînt conservatori în aceeaşi măsură. La fel, persoanele de origine asiatică sînt stereotipizate uneori ca fiind mai studioase decît cele care aparţin altor grupuri etnice, dar aceasta nu înseamnă că toţi asiaticii sînt studenţi buni sau că toţi asiaticii au rezultate şcolare la fel de bune[31].

Este important faptul că aproape în toate grupurile există variaţii. Totuşi, stereotipurile ne concentrează atenţia doar asupra generalizărilor. De fapt, avem tendinţa de a adopta biasul memoriei selective, amintindu-ne numai informaţii care vin în sprijinul stereotipurilor noastre, dar uitînd informaţiile care ni le contrazic[32]. De exemplu, pe parcursul conflictelor interpersonale, atît femeile, cît şi bărbaţii tind să-şi amintească doar comportamentele stereotipice ale partenerilor lor[33]. Să analizăm conflictul dintre Carmen şi prietenul ei, Nick, cu privire la diviziunea treburilor casnice:

Carmen: Trebuia să dai cu aspiratorul şi să porneşti maşina de spălat cînd ai ajuns acasă; în schimb, stai şi te uiţi la televizor. De ce sînt singura care trebuie să facă totul aici?
Nick: Îmi pare rău. Am avut o zi lungă şi nu vreau decît să stau aici puţin şi să mă destresez.
Carmen: Înţeleg, Nick, dar şi eu am avut o zi lungă; mi-ar plăcea şi mie să stau degeaba, dar cineva trebuie să facă lucrurile acestea şi nu ar trebui să fie toate doar în responsabilitatea mea.
Nick: Cum zici tu. Putem vorbi mai tîrziu despre asta?

Ce credeţi că vor ţine minte îndeosebi Carmen şi Nick despre acest conflict, după ce se va încheia? Probabil că Nick îşi va aminti că ea l-a cicălit şi l-a criticat, dar poate că va uita că a şi ascultat ce a avut el de spus. La fel, Carmen va susţine că Nick „i-a închis gura", dar va ignora poate faptul că el şi-a cerut scuze. Cu alte cuvinte, este posibil ca ambii să-şi amintească doar comportamentele celeilalte persoane care sînt conforme cu stereotipurile privind comportamentul feminin şi masculin.

Etica în prim-plan: Care sînt implicaţiile de ordin etic ale comportamentului faţă de o anumită persoană, bazat pe evaluarea stereotipică? Cît de mult contează dacă evaluarea este corectă? Este lipsit de etică să perpetuăm stereotipurile, chiar dacă acestea sînt juste?

Acesta este unul dintre motivele pentru care este atît de important să ne analizăm percepţiile, înainte de a acţiona sub imperiul lor. De exemplu, după o ceartă precum cea dintre Nick şi Carmen, întrebaţi-vă ce comportamente comunicaţionale pe care le-a avut cealaltă persoană nu sînt neapărat stereotipuri. Astfel, vă puteţi crea o imagine mai justă a conflictului; de asemenea, acest lucru vă poate ajuta să trataţi cealaltă persoană drept un individ, nu pur şi simplu un reprezentant al sexului său[34].

Pentru a gestiona corect stereotipurile, trebuie să conştientizăm mai întîi modul în care influenţează ele percepţiile şi comportamentul.

Totuşi, observaţi că percepţiile cu privire la o persoană, elaborate pe baza unui stereotip, nu sînt întotdeauna incorecte[35]. Să analizăm stereotipul conform căruia femeilor le place să se afle în preajma copiilor. Dacă întîlniţi o femeie şi presupuneţi (pe baza acestui stereotip) că îi place să se afle în preajma copiilor, este posibil să

vă înşelaţi - totuşi, este posibil şi să aveţi dreptate. Nu tuturor femeilor le place să stea cu copiii, dar unora le place. La fel, nu toţi vîrstnicii sînt conservatori, dar unii sînt. Nu toţi bărbaţii care lucrează la florării sînt gay, dar unii sînt. Doar pentru că percepţia dumneavoastră cu privire la o persoană corespunde cu un stereotip nu înseamnă că este neapărat greşită. La fel cum nu trebuie să presupunem că o evaluare stereotipă este adevărată, nu trebuie să presupunem nici că este falsă.

În acest moment, poate că vă întrebaţi dacă ar trebui să renunţaţi complet la stereotipuri - dar a proceda astfel ar fi lipsit de realism. O modalitate mai productivă de gestionare a stereotipurilor implică două elemente : conştientizarea şi comunicarea. În primul rînd, conştientizaţi percepţiile stereotipice pe care le aveţi. De exemplu, ce presupuneri faceţi cînd cunoaşteţi o femeie asiatică în vîrstă, un adolescent afro-american sau un adult aflat într-un scaun cu rotile? Este natural să elaboraţi percepţii cu privire la aceste persoane, pe baza a ceea ce credeţi că este adevărat despre grupurile din care fac parte. Totuşi, încercaţi să conştientizaţi situaţiile în care procedaţi astfel şi, totodată, încercaţi să ţineţi minte că este posibil ca percepţiile dumneavoastră să nu fie juste. În al doilea rînd, în loc să presupuneţi că percepţiile dumneavoastră cu privire la alţi oameni sînt corecte, încercaţi să-i cunoaşteţi şi lăsaţi-vă percepţiile călăuzite de ceea ce aflaţi despre ei ca indivizi. Prin intermediul comunicării interpersonale, puteţi începe să descoperiţi în ce măsură alţi oameni se încadrează sau nu în percepţiile stereotipe pe care vi le-aţi format despre ei.

Efectul informației primare influențează primele impresii

După cum spune o vorbă, ai o singură şansă să faci o primă impresie bună. Există multe sfaturi despre cum se poate realiza acest lucru, de la alegerea hainelor adecvate la exersarea aptitudinilor conversaţionale. Aţi observat vreodată că nimeni nu vorbeşte despre importanţa faptului de a face *o a doua* impresie bună? Ce au atît de deosebit primele impresii?

Conform unui principiu numit **efectul informaţiei primare**, primele impresii sînt esenţiale, deoarece ele dau tonul tuturor interacţiunilor noastre viitoare[36]. Prima impresie legată de cineva pare să ne rămînă în minte mai mult decît a doua, a treia sau a patra impresie. Într-unul dintre primele studii despre efectul informaţiei primare, psihologul Solomon Asch a descoperit că o persoană descrisă drept „inteligentă, muncitoare, impulsivă, critică, încăpăţînată şi invidioasă" a fost evaluată mai favorabil decît o persoană descrisă ca fiind „invidioasă, încăpăţînată, critică, impulsivă, muncitoare şi inteligentă"[37]. Observaţi că majoritatea acestor adjective sînt negative, dar, cînd descrierea începe cu un adjectiv pozitiv (inteligent), efectele adjectivelor negative care urmează sînt diminuate.

Studiul lui Asch ilustrează că prima informaţie pe care o aflăm despre cineva tinde să aibă un efect mai puternic asupra felului în care percepem persoana respectivă decît o informaţie pe care o aflăm ulterior[38]. Din acest motiv ne străduim atît de mult să facem o primă impresie bună la un interviu pentru o slujbă, la o întîlnire sau în alte situaţii sociale importante. Cînd oamenii ne evaluează favorabil la început, există mai multe şanse ca ei să ne perceapă ulterior într-o lumină favorabilă[39].

➲ **efectul informației primare** Tendința de a acorda prioritate primelor impresii, comparativ cu impresiile ulterioare, în procesul formării percepțiilor.

Subiect de discuție: Probabil că studenții au auzit că deciziile de angajare se iau de obicei în primele cîteva minute ale unui interviu pentru un post. Aceasta este ilustrarea perfectă a efectului primului - prima informație pe care o receptează intervievatorul (care este în mare parte vizuală, bazată pe înfățișarea și pe comportamentul candidatului) devine fundamentul deciziei de angajare.

Barney Stinson, un personaj din How I Met Your Mother (Cum am cunoscut-o pe mama voastră) *caută în permanență modalități de a impresiona femeile. La petrecerile de Halloween, Barney aduce întotdeauna un costum de rezervă. Astfel, dacă ratează șansa de a începe o relație cu femeia cea mai dezirabilă, are și a doua șansă de a face o primă impresie.*

Deşi primele impresii sînt intense, ele nu sînt neapărat permanente[40]. De exemplu, cînd Suzette l-a întîlnit prima oară pe hairstylistul Trey, nu i-a plăcut deloc de el. În acel moment, el tocmai avusese o controversă cu managerul salonului de coafură şi era prost dispus cînd Suzette s-a aşezat pe scaunul său. În consecinţă, a părut distant şi neimplicat cînd o tundea. Comportamentul lui i-a făcut o impresie proastă lui Suzette, iar ea s-a decis să meargă apoi la un alt stilist de la acelaşi salon. Cînd l-a mai văzut pe Trey în timpul altor vizite la coafor, totuşi, el o saluta întotdeauna cordial şi îi punea întrebări despre familia ei. În timp, Suzette şi-a dat seama că impresia ei iniţială negativă cu privire la Trey a fost injustă şi că el era de fapt o persoană simpatică, amabilă.

Reluînd ideea, efectul informaţiei primare înseamnă că primele impresii sînt intense, dar nu şi că nu se pot schimba. Cînd comunicarea ulterioară este mai bună decît a fost în interacţiunile iniţiale, ca în cazul lui Trey şi Suzette, impresiile negative de la început pot fi reconsiderate uneori.

Efectul informaţiei recente influenţează percepţia

Am analizat importanţa unei prime impresii pozitive. După cum ştiu actorii de stand-up comedy şi majoritatea celorlalţi artişti de divertisment, şi o impresie finală bună este la fel de importantă, deoarece aceasta este ţinută minte de public după ce pleacă. Principiul respectiv se numeşte **efectul informaţiei recente**, conform căruia impresia cea mai recentă pe care o avem despre cineva este mai intensă decît impresiile noastre anterioare[41].

> ➲ **efectul informaţiei recente** Tendinţa de a acorda întîietate impresiei celei mai recente, în raport cu primele impresii, cînd ne formăm o percepţie.

> *Conform efectului informaţiei recente, ne influenţează cel mai mult impresia cea mai recentă pe care ne-a lăsat-o cineva. Diego şi-a format o impresie pozitivă despre medicul Tan, în parte datorită faptului că interacţiunea lor s-a încheiat pe un ton pozitiv.*

Ca exemplu, să presupunem că Diego a fost diagnosticat cu cancer testicular şi şi-a făcut programări la doi medici, doctorul Tan şi doctorul Meyer, ca să discute despre opţiunile de tratament. Medicii i-au făcut impresii iniţiale la fel de bune, ascultîndu-l pe Diego şi punîndu-i întrebări cu privire la simptome şi la starea generală a sănătăţii. La sfîrşitul vizitei, doctorul Tan i-a explicat detalii despre operaţie, radioterapie şi chimioterapie şi l-a întrebat pe Diego ce părere are despre fiecare opţiune, iar în cele din urmă i-a recomandat operaţia. Diego pleacă de la primul consult avînd o impresie pozitivă despre doctorul Tan.

La celălalt consult, doctorul Meyer îi spune în final lui Diego că are cu siguranţă nevoie de operaţie şi că orice medic care i-ar spune altceva se înşală. Această abordare îl determină pe Diego să creadă că doctorul Meyer este prea direct şi că nu îi pasă de sentimentele şi preferinţele lui legate de tratament. Este important că Diego nu îşi formează această impresie negativă deoarece întîlnirea a început rău. Dimpotrivă, la începutul ambelor întîlniri, amîndoi medicii i-au făcut o impresie bună. Mai degrabă ultima impresie pe care Diego şi-a format-o cu privire la doctorul Meyer, înainte să plece, a fost negativă, iar această impresie a ţinut-o minte după vizită.

La prima vedere, s-ar părea că efectul informaţiei recente şi efectul informaţiei primare se contrazic între ele. Care este impresia cea mai importantă – prima sau cea mai recentă? Răspunsul este că *ambele* par să fie mai importante decît orice impresie pe care ne-o formăm pe parcurs[42]. Pentru a înţelege această observaţie, gîndiţi-vă la ultimul film pe care l-aţi văzut. Probabil că vă amintiţi mai bine cum a început şi cum s-a terminat, decît tot ceea ce s-a întîmplat între aceste momente.

Aceeaşi observaţie este valabilă şi pentru percepţiile noastre cu privire la alte persoane. Impresiile lui Diego despre doctorul Tan şi doctorul Meyer nu se bazează pe percepţiile sale legate de tot ce s-a întîmplat pe parcursul vizitelor. El îşi aminteşte cum au început (pozitiv, în cazul ambilor medici) şi cum s-au încheiat (pozitiv în cazul doctorului Tan, negativ în cazul doctorului Meyer). Figura 4.1 ilustrează relaţia dintre efectul informaţiei primare şi efectul informaţiei recente.

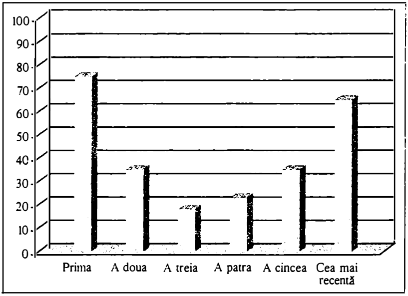


Figura 4.1. Primele noastre impresii și impresiile cele mai recente sînt mai importante decît cele intermediare.

Ansamblul perceptual limitează ceea ce percepem

„Nu cred pînă nu văd", spun adesea oamenii. Percepţia noastră asupra realităţii este influenţată însă nu numai de ceea ce vedem, ci şi de biasurile, aşteptările şi dorinţele noastre. Aceste elemente pot crea ceea ce psihologii numesc un **ansamblu perceptual**, o predispoziţie de a percepe doar ceea ce vrem sau ne aşteptăm să percepem[43]. Un motto la fel de valid, prin urmare, ar fi „Nu văd pînă nu cred".

➲ **ansamblu perceptual** Predispoziția de a percepe doar ce vrem sau ce ne așteptăm să percepem.

De exemplu, ansamblul nostru perceptual privind genul ne determină modul în care îi percepem pe nou-născuţi şi interacţionăm cu ei. Fără ajutorul unor indicii contextuale precum hainele albastre sau roz ale bebeluşilor, uneori ne este greu să ne dăm seama dacă un copil este băiat sau fată. Totuşi, dacă ni se spune că numele copilului este David, percepem copilul respectiv ca fiind mai puternic şi mai mare decît dacă ar purta numele Diana[44]. Ansamblul nostru perceptual ne spune că nou-născuţii de sex masculin sînt de obicei mai mari şi mai puternici decît cei de sex feminin, aşa că „vedem" un bebeluş mai mare şi mai puternic dacă ni se spune că este băiat.

O ilustrare impresionantă a ansamblului perceptual a survenit după publicarea unei fotografii a suprafeţei planetei Marte. În 1976, în timp ce survola topografia marţiană, Viking Orbiter I a surprins ceea ce mulţi observatori au considerat a fi imaginea indubitabilă a unei feţe umane; vezi figura 4.2, imaginea din stînga. Această percepţie a aprins imaginaţia publicului în ceea ce priveşte existenţa vieţii inteligente pe planeta vecină. Un sfert de secol mai tîrziu, Mars Global Surveyor a făcut o fotografie cu rezoluţie mai mare a aceluiaşi loc – vedeţi figura 4.2, imaginea din dreapta –, dovedind că „faţa" din fotografia din 1976 era o iluzie optică determinată de lumini şi umbre.

Ansamblul perceptual al oamenilor i-a făcut să vadă un chip uman, încă de la început. Într-adevăr, chipul uman este un instrument fundamental pentru recunoaşterea şi comunicarea interpersonală, aşa că sîntem condiţionaţi să îl recunoaştem în aproape orice imagine care îi seamănă. Studiile au relevat că pînă şi nou-născuţii privesc mai îndelung imaginile care seamănă cu feţele umane decît alte imagini (figura 4.2)[45].

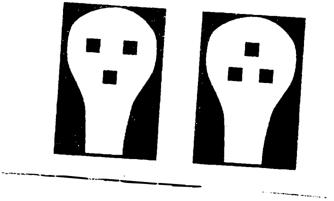


Figura 4.2. Studiile sugerează că oamenii sînt condiționați să recunoască fețe la o vîrstă extrem de fragedă. Conform studiilor, nou-născuții – unii avînd mai puțin de o oră de la naștere – privesc mai mult desene care seamănă vag cu un chip (de exemplu, imaginea din stînga) decît desene asemănătoare, care nu aduc cu o față (imaginea din dreapta).

Surse: Monloch, C.J., Lewis, T.L., Budreau, D.R., Maurer, D., Dannemiller, J.L., Stephens, B.R., Kleiner-Gathercoal, K.A. (1991). Face perception during early infancy. *Psychological Science*, 10, pp. 419-422; Morton, J., Johnson, M.H. (1991). CONSPEC and CONLERN: A two-process theory of infant face recognition. *Psychological Review*, 98, pp. 164-181.

De asemenea, ansamblul nostru perceptual influențează și modul în care înțelegem oamenii și circumstanțele. Oamenii foarte religioși pot percepe o vindecare medicală drept un miracol sau un răspuns la rugăciuni, în timp ce alții o pot considera reacția normală la medicație[46]. Oamenii foarte homofobi tind într-o măsură mai mare să perceapă comportamentul mai afectuos dintre bărbați ca avînd un caracter sexual[47].

Ansamblul perceptual este relevant pentru comunicarea interpersonală, deoarece poate modela felul în care interpretăm situațiile sociale. De exemplu, să presupunem că Ryan, Emilio și Penny stau la o masă, într-o cafenea, mîncînd înghețată, cînd un cuplu căsătorit intră și merge la casă, pentru a comanda ceva. Bărbatul pare iritat, iar femeia arată ca și cum ar fi plîns de curînd, și nici unul dintre soți nu vorbește cu celălalt și nici nu se uită unul la altul. Comandă două cafele și merg pe terasă, lăsîndu-i pe Ryan, Emilio și Penny să-și formeze propriile percepții cu privire la situație.

Deoarece a crescut alături de un tată alcoolic, abuziv, Penny percepe că soții s-au certat de curînd și că femeia probabil plîngea din cauza a ceea ce spusese sau făcuse soțul ei. Prin urmare, ansamblul perceptual al lui Penny o determină să „vadă" urmarea unui conflict în care vinovatul fusese bărbatul. În schimb, Emilio, căruia i-au decedat cîteva rude în ultimii ani din cauza unor boli cronice, nu tinde să perceapă conflictul în același fel ca Penny. Ansamblul lui perceptual îl determină să perceapă că e posibil ca membrii cuplului să fi fost îngrijorați din cauza deteriorării sănătății unui membru al familiei. În sfîrșit, Ryan este foarte îndrăgostit de noua sa parteneră, iar relația dintre ei care tocmai începe să se consolideze îi creează o dispoziție atît de entuziastă, încît nu observă că era ceva în neregulă cu cei doi soți.

Toți cei trei prieteni văd același cuplu intrînd în cafenea, dînd comanda și apoi plecînd. Totuși, ansamblurile lor perceptuale distincte îi determină să-și formeze percepții destul de diferite cu privire la situație.

Egocentrismul ne limitează perspectiva

Dacă aţi stat o vreme în preajma preşcolarilor, probabil că aţi observat că se comportă adesea într-un mod care adulţilor li se pare egoist sau lipsit de respect. Timmy stă chiar în faţa televizorului, blocînd ecranul. Susie vă pune întrebări în timp ce vorbiţi la telefon. Astfel de comportamente pot fi frustrante pentru părinţi, dar, în realitate, copiii nu sînt egoişti sau nerespectuoşi. Ei sînt în schimb **egocentrici**, adică le lipseşte capacitatea de a adopta perspectiva unei alte persoane[48].

➲ **egocentric** Incapabil să adopte perspectiva unei alte persoane.

În viaţa de zi cu zi: Cînd sîntem frustraţi din cauza copiilor care se comportă egocentric, noi înşine dăm dovadă de egocentrism, prin expectaţia implicită că aceştia ar trebui să gîndească şi să se comporte ca noi. Trebuie să ne amintim că abilitatea de a adopta perspectiva altcuiva reprezintă o etapă a dezvoltării, iar copiii care încă nu au ajuns în această etapă pur şi simplu nu au o astfel de abilitate.

Conform lui Jean Piaget, specialist în psihologia dezvoltării, egocentrismul este o etapă normală a dezvoltării copiilor cu vîrsta cuprinsă între 2 şi 6 ani[49]. Timmy nu înţelege că vă împiedică să vedeţi televizorul deoarece presupune că vedeţi ceea ce vede şi el. Susie presupune că puteţi auzi doar ce aude şi ea, aşa că nu îşi dă seama că vă întrerupe convorbirea telefonică.

Deşi majoritatea oamenilor ies din etapa egocentrică la mijlocul copilăriei, chiar şi adulţii pot fi egocentrici din cînd în cînd[50]. Mai important, egocentrismul nostru ne poate influenţa percepţia cu privire la ceilalţi. Acest lucru se întîmplă cînd presupunem că alţi oameni au aceeaşi experienţă cu privire la lume ca noi.

Să presupunem că Paul şi Marty sînt noi colegi de cameră şi nu se cunosc foarte bine. Marty este foarte sociabil şi deschis; Paul este foarte liniştit şi oarecum timid. În seara în care Paul împlineşte 20 de ani, Marty invită pe toată lumea în salonul căminului lor, la o mare petrecere surpriză pentru Paul. Paul este surprins, dar nu în mod pozitiv: ultimul lucru pe care şi-l dorea era să-şi petreacă ziua de naştere la o petrecere zgomotoasă, aglomerată, stînd de vorbă cu persoane pe care abia le cunoaşte. Prin urmare, rămîne 30 de minute la petrecere, apoi pleacă. A doua zi, Marty este supărat pentru că Paul nu a apreciat eforturile pe care le-a făcut pentru a organiza petrecerea. Paul este supărat pentru că urăşte petrecerile şi nu aşa şi-a dorit să-şi serbeze ziua de naştere.

Atît Paul, cît şi Marty sînt egocentrici, deoarece fiecare presupune că celălalt ar trebui să reacţioneze la situaţie aşa cum ar fi reacţionat el însuşi. Lui Marty îi plac petrecerile, aşa că nici nu îşi pune problema că este posibil ca lui Paul să nu-i placă; pur şi simplu crede că Paul este nerecunoscător. Paul urăşte să fie în mijlocul mulţimii, aşa că nici măcar nu se gîndeşte că Marty a încercat să facă un lucru frumos pentru el.

Opusul egocentrismului este a fi *alocentric* sau axat pe perspectiva unei alte persoane, în loc de cea proprie. În ce măsură comunicaţi alocentric? Pentru a afla, citiţi caseta „Evaluaţi-vă aptitudinile".

EVALUAŢI-VĂ APTITUDINILE

Alocentrismul

În ce măsură sînteţi de acord cu fiecare dintre următoarele afirmaţii? Pe linia din faţa fiecăreia, notaţi în ce măsură sînteţi de acord, pe o scală de la 1 la 5. Numerele mai mari înseamnă că sînteţi de acord într-o măsură mai mare; numerele mai mici înseamnă că sînteţi de acord într-o măsură mai mică.

În conversaţiile cu alte persoane, de obicei:

1. Încerc să văd lucrurile din perspectiva lor.
2. Nu presupun că ele gîndesc la fel ca mine.
3. Mă concentrez mai mult asupra ideilor sau opiniilor lor.

4. Sînt atent la expresiile lor faciale și la limbajul trupului, ca să îmi dau seama cum se simt.
5. Încerc „să mă pun în locul lor".
6. Încerc să evit să fac presupuneri despre ce gîndesc sau simt ele.
7. Nu presupun că și ele se gîndesc la ce mă gîndesc eu.
8. Încerc să mă concentrez mai mult asupra lor decît asupra mea.

Însumați scorurile și notați totalul pe această linie: _____. Acest scor total reprezintă gradul în care încercați să fiți mai degrabă alocentric decît egocentric atunci cînd comunicați cu alții.

- Între 8 și 18: Stilul dumneavoastră conversațional este mai degrabă egocentric.
- Între 19 și 29: Mențineți echilibrul între egocentrism și alocentrism.
- 30 și peste: Sînteți alocentric într-o măsură destul de mare.

Biasurile pozitive și negative influențează percepția

Uneori, percepțiile noastre sînt influențate mai mult de informații pozitive sau negative decît de informații neutre. Cînd acordăm cea mai mare atenție informațiilor pozitive, dăm dovadă de ceea ce cercetătorii numesc **bias pozitiv**[51].

O formă de bias pozitiv o reprezintă tendința persoanelor îndrăgostite de a-și privi partenerul prin „ochelari cu lentile roz", supraestimînd trăsăturile pozitive ale acestuia și subestimîndu-i sau ignorîndu-i concomitent defectele sau neajunsurile[52]. Poate că v-ați aflat în preajma unor oameni care au o astfel de viziune asupra persoanelor de care sînt îndrăgostiți. Studiile sugerează că aceasta este o etapă normală a dezvoltării relației și o anumită doză de „idealizare" este benefică pentru relațiile noi[53]. Totuși, majoritatea relațiilor depășesc această etapă. Oamenii care își mențin o viziune idealizată asupra partenerilor lor de cuplu pot fi dezamăgiți cînd își dau seama că persoana respectivă nu este perfectă, așa cum credeau.

➲ **bias pozitiv** Tendința de concentrare intensă asupra atributelor pozitive ale unei persoane, în procesul formării unei percepții.

Subiect de discuție: Întrebați-i pe studenți cum este să te afli în preajma a două persoane care sînt îndrăgostite nebunește. Răspunsul lor va include probabil observația că îndrăgostiții cred unul despre altul că sînt perfecți. Unii cercetători cred că această tendință de a vedea un nou partener de cuplu prin „ochelari cu lentile roz" este o adaptare, determinîndu-i pe doi oameni să rămînă împreună suficient de mult timp pentru a se cunoaște, în loc să-și perceapă reciproc defectele încă de la bun început.

De exemplu, în filmul *An Education* (*O lecție de viață*, 2009), Carey Mulligan joacă rolul lui Jenny Mellor, o adolescentă care urmează să meargă la facultate, dar se îndrăgostește de David Goldman (interpretat de Peter Sarsgaard). Jenny află în cele din urmă că David este un impostor, dar este atît de îndrăgostită de el, încît îi trece cu vederea comportamentul înșelător. Cînd o cere în căsătorie, deși este deja căsătorit, Jenny clarifică lucrurile cu David, iar el dispare, lăsînd-o într-o stare de disperare amplificată de biasurile intense pozitive pe care le avea în privința lui. Ulterior, în acest capitol, vom analiza mai aprofundat modul în care privitul prin „ochelari cu lentile roz" afectează comportamentul interpersonal.

Opusul biasului pozitiv este **biasul negativ** sau tendința de a acorda mai multă importanță informațiilor cu caracter negativ decît celor pozitive[54]. Conform biasului negativ, chiar și o singură informație negativă vă poate afecta percepția cu privire la cineva pe care altfel l-ați fi simpatizat. Biasul negativ este extrem de influent în situații competitive, ca, de exemplu, interviurile pentru locuri de muncă și admiterea la instituții de învățămînt superior[55]. Cînd mulți oameni sînt implicați într-o competiție pentru un număr limitat de oportunități, chiar și informațiile negative aparent minore pot afecta o impresie altfel pozitivă.

➲ **bias negativ** Tendința de concentrare intensă asupra atributelor negative ale unei persoane, în procesul formării unei percepții.

În viața de zi cu zi: Se poate afirma același lucru despre modul în care oamenii aleg candidații politici. Adesea, o informație negativă este suficientă pentru a pune în umbră o multitudine de trăsături pozitive.

Să presupunem că le telefonaţi celor în măsură să dea recomandări, pentru a investiga o persoană pe care tocmai aţi intervievat-o pentru un post important în echipa dumneavoastră. Dacă respectivul candidat este descris ca fiind „inovator", probabil vă veţi forma o impresie pozitivă despre el. Dacă este descris ca fiind „rigid", impresia dumneavoastră va fi probabil negativă. Totuşi, ce se întîmplă dacă respectivul candidat este descris atît ca „inovator", cît şi ca „rigid"? Răspunsul este că dumneavoastră, ca majoritatea oamenilor, vă veţi forma totuşi o impresie negativă. Cu alte cuvinte, informaţia negativă o va anula pe cea pozitivă[56].

Biasurile pozitive şi negative au o mare influenţă asupra comunicării şi satisfacţiei în relaţiile pe termen lung, de exemplu, în căsătorii. Persoanele implicate în aproape orice relaţie semnificativă se vor confrunta cu evenimente pozitive, ca, de exemplu, naşterea unui copil şi o vacanţă îndelung aşteptată. De asemenea, se vor confrunta şi cu evenimente negative, ca, de exemplu, conflicte prelungite şi pierderea neaşteptată a locului de muncă. Totuşi, cînd îşi analizează relaţia în ansamblu, cuplurile satisfăcute tind să îi evidenţieze caracteristicile pozitive; cu alte cuvinte, sînt înclinate spre lucrurile pozitive. În schimb, cuplurile nesatisfăcute tind să evidenţieze caracteristicile negative[57].

Personajul lui Carey Mulligan din filmul An Education *(O lecţie de viaţă) descoperă că prietenul ei este un impostor – dar biasul ei pozitiv este atît de puternic, încît îi trece cu vederea comportamentul.*

Stereotipizarea, efectul informaţiei primare, efectul informaţiei recente, ansamblul perceptual, egocentrismul, prejudecata pozitivă şi prejudecata negativă exercită toate influenţe intense, iar simplul fapt că le cunoaştem nu ne protejează de efectele lor. Totuşi, cu cît ştim mai multe lucruri despre erorile perceptuale, cu atît putem avea o gîndire critică mai justă şi ne putem pune sub semnul întrebării evaluările, pentru a ne forma percepţii mai realiste cu privire la oamenii din jurul nostru.

ÎNVĂŢAŢI Care sînt cele trei etape ale stereotipizării? Care este legătura dintre efectul informaţiei primare şi efectul informaţiei recente? Ce influenţă are ansamblul perceptual asupra percepţiei interpersonale? Ce înseamnă a fi egocentric? Care sînt efectele biasurilor pozitive şi ale prejudecăţilor negative?

APLICAŢI Vizionaţi filmul *Crash* (*Poveşti din L.A.*, 2004), care evidenţiază numeroase stereotipuri culturale. Într-o prezentare scrisă, identificaţi cît mai multe convingeri stereotipe din film şi descrieţi pe scurt modalităţile în care convingerile stereotipe ale fiecărui personaj îi influenţează comportamentele faţă de celelalte personaje. De asemenea, enumeraţi toate celelalte influenţe perceptuale care afectează comportamentele personajelor, îndeosebi egocentrismul sau biasurile negative.

REFLECTAŢI Ce stereotip injust ar putea avea cineva cu privire la dumneavoastră? Cînd sînteţi cel mai înclinat să aveţi percepţii egocentrice despre alţii?

3. Cum se explică ceea ce percepem

Oamenii au o nevoie aproape constantă de a înţelege lumea. Nu este suficient doar să observi comportamentul cuiva, de exemplu – simţim totodată imboldul de a stabili *de ce* s-a întîmplat astfel. De ce a plecat Paul atît de repede de la petrecere? De ce a întrerupt Kanye discursul lui Taylor? Vrem să ştim.

Subiect de discuţie: Evidenţiaţi faptul că, deşi elaborarea percepţiilor se axează pe înţelegere, în general, atribuirea se axează pe explicare.

Explicarea comportamentului prin atribuiri

În timpul unei vizite la Tokyo în noiembrie 2009, preşedintele Barack Obama a apărut pe prima pagină a ştirilor cînd l-a salutat pe împăratul Japoniei, Akihito, înclinîndu-se la aproape

90 de grade. Comportamentul președintelui i-a nedumerit pe mulți. De ce s-a înclinat în fața unui lider străin?

Cînd sîntem martorii unui comportament pe care nu îl înțelegem imediat. de obicei încercăm să îi găsim logica. Facem acest lucru formulînd o atribuire. O **atribuire** este pur și simplu o explicație, răspunsul la o întrebare de tip „De ce?"[58]. Observați că fratele dumneavoastră își ignoră prietena și vă întrebați cărui fapt ar trebui să-i atribuiți comportamentul lui. Coordonatorul dumneavoastră vă întreabă de ce ați picat examenul la istorie de la mijlocul semestrului și vă gîndiți pe seama cărui lucru trebuie să puneți faptul respectiv. Atribuirile comportamentelor variază de-a lungul a trei dimensiuni importante – locusul, stabilitatea și controlabilitatea[59].

atribuire O explicație pentru un comportament observat.

Mulți observatori s-au întrebat de ce președintele Obama s-ar înclina în fața unui alt șef de stat, așa cum a făcut în fața împăratului Japoniei, Akihito, în noiembrie 2009.

Locusul. Locusul desemnează unde anume este „localizată" cauza unui comportament, fie în noi, fie în afara noastră[60]. Unele dintre comportamentele noastre au cauze interne, adică sînt generate de o caracteristică proprie. Alte comportamente au cauze externe, adică sînt determinate de ceva din exteriorul nostru.

Să presupunem că șeful dumneavoastră întîrzie la o întîlnire programată la prînz și încercați să vă dați seama de ce anume. Dintre atribuirile interne ar fi faptul că nu și-a dat seama cît este ora, rareori este punctual și vă face să așteptați în mod intenționat. Toate aceste atribuiri diferă între ele, dar toate identifică o anumită caracteristică internă a șefului dumneavoastră drept cauză a întîrzierii lui. Atribuirile externe ar fi că traficul este foarte aglomerat, că șeful dumneavoastră trebuie să parcurgă o distanță mare pe jos și că dimineața angajații lui îi pun întotdeauna multe întrebări. Din nou, toate acestea sînt atribuiri foarte diferite, dar fiecare indică ceva legat de mediul extern al șefului dumneavoastră – nu de el personal – drept cauză a comportamentului său.

Subiect de discuție: Uneori studenții fac confuzie între *atribuiri* și *atribute*. Subliniați importanța definirii explicite a acestor termeni pentru ca studenții să poată vedea distincția.

Stabilitatea. A doua dimensiune a atribuirii constă în faptul că o cauză a unui comportament este stabilă sau instabilă[61]. O cauză stabilă este una permanentă, semipermanentă sau care cel puțin nu se schimbă ușor. De ce a întîrziat șeful dumneavoastră la întîlnirea de la prînz? Traficul la oră de vîrf ar putea fi o cauză stabilă a întîrzierii, deoarece constituie o trăsătură permanentă a navetei de dimineață a multor oameni. În schimb. un accident rutier ar fi o cauză instabilă a întîrzierii, deoarece accidentele survin doar din cînd în cînd, în locuri imprevizibile, cu efecte imprevizibile.

Subiect de discuție: Explicați-le studenților că locusul și stabilitatea se referă la *cauzele* comportamentelor, și nu la comportamente în sine. De pildă, cînd vorbim despre stabilitate, ne gîndim dacă ceea ce cauzează comportamentul este stabil, și nu dacă respectivul comportament este stabil.

Observați că ambele sînt atribuiri externe. La rîndul lor, totuși, cauzele interne ale comportamentelor pot fi stabile sau instabile. Imaginați-vă că încercați să înțelegeți de ce colegul de cameră s-a enervat pe dumneavoastră de dimineață. Dacă pretindeți că motivul este faptul că e o persoană rea, aceasta ar fi o atribuire stabilă, deoarece personalitatea celor mai mulți oameni nu se modifică radical pe parcursul existenței lor. În cazul în care conchideți că s-a enervat pe dumneavoastră pentru că are gripă și este obosit, aceasta este o atribuire instabilă, deoarece a fi bolnav de gripă este o stare temporară.

Controlabilitatea. În cele din urmă, cauzele comportamentelor variază și sub aspectul gradului de controlabilitate asupra lor[62]. Dacă găsiți o atribuire controlabilă pentru comportamentul cuiva, atunci considerați că respectiva persoană putea controla cauza comportamentului.

Etica în prim-plan: Unii oameni confundă controlabilitatea cu responsabilitatea argumentînd că, dacă nu pot controla cauza unui comportament, atunci nu sînt responsabili pentru acesta. Astfel de argumente au devenit obişnuite ca apărare în procesele penale din SUA (de exemplu, „mi-am omorît părinţii pentru că mă abuzau"). În ce măsură este acesta un argument etic? Incapacitatea de a controla cauza unui comportament absolvă persoana de responsabilitatea pentru acel comportament? Oare aşa trebuie să fie?

În schimb, o atribuire incontrolabilă identifică o cauză pe care persoana respectivă nu o poate controla.

Să presupunem că fratele dumneavoastră ar trebui să vă ia de la aeroport, dar nu este acolo cînd sosiţi. Puteţi presupune că nu a venit din cauză că a stat prea mult timp cu prietenii lui şi întîrzie. Aceasta este o atribuire controlabilă, deoarece cauza întîrzierii lui (a stat cu prietenii) poate fi controlată de el. Ca alternativă, puteţi presupune că a avut un accident rutier. Aceasta este o atribuire incontrolabilă, deoarece n-ar avea cum să nu întîrzie dacă şi-a avariat maşina.

Locusul, stabilitatea şi controlabilitatea sînt toate legate unele de altele. Totuşi, diverse atribuţii pot reflecta combinaţii diferite ale acestor dimensiuni. De fapt, este posibilă orice combinaţie între locus, stabilitate şi controlabilitate.

De exemplu, doar pentru că o atribuire este internă, nu înseamnă neapărat că este şi stabilă sau incontrolabilă. Revenind la un exemplu anterior, o atribuire pentru enervarea de dimineaţă a colegului dumneavoastră de cameră ar putea fi faptul că nu este obişnuit să se trezească dimineaţa devreme. Aceasta constituie o atribuire internă (nu e obişnuit să se trezească devreme) care este stabilă (probabil nu a fost niciodată obişnuit să se trezească de dimineaţă) şi relativ incontrolabilă (probabil are legătură cu ritmurile lui biologice). O atribuire diferită ar fi faptul că este iritat deoarece a dormit numai două ore, pentru că s-a distrat în cea mai mare parte a nopţii trecute. Această atribuire este tot internă (este iritat), dar probabil este instabilă (nu este iritat în fiecare dimineaţă) şi controlabilă (a ales să stea treaz pînă tîrziu în noaptea anterioară). În tabelul 4.1 veţi găsi opt atribuiri pentru un singur comportament ce reprezintă toate combinaţiile posibile între locus, stabilitate şi controlabilitate.

Deşi majoritatea încercăm probabil să găsim atribuiri corecte pentru comportamentele altor persoane, este posibil să facem greşeli de atribuire[63]. Astfel de erori ne pot crea probleme, deoarece reacţiile noastre la comportamentele altor persoane se bazează adesea pe atribuirile pe care le facem cu privire la comportamentele respective.

Tabelul 4.1. Opt atribuiri pentru impoliteţe

În general, ne aşteptăm ca interacţiunile sociale să fie plăcute; prin urmare, cînd cineva este nepoliticos cu noi, de obicei ne întrebăm de ce. Să presupunem că Ricardo, casier la un magazin alimentar, a fost deosebit de nepoliticos astăzi, iar dumneavoastră găsiţi o atribuire pentru comportamentul său. Mai jos sînt opt atribuiri ce reprezintă toate combinaţiile posibile dintre locus, stabilitate şi controlabilitate.

Internă, Stabilă şi Controlabilă	*Este un nemernic.*	Trăsăturile de personalitate (ca, de exemplu, a fi un nemernic) sînt interne şi de obicei stabile, dar el ar trebui să poată controla dacă se poartă sau nu ca un nemernic.
Internă, Stabilă şi Incontrolabilă	*Are o problemă mintală şi nu înţelege întotdeauna ce înseamnă să fii politicos.*	Deşi a avea o problemă mintală constituie o atribuire internă şi stabilă, el nu are cum să schimbe acest fapt.
Internă, Instabilă şi Controlabilă	*E mahmur.*	Stările fizice, precum mahmureala, sînt interne, dar nu sînt stabile (trec) şi sînt controlabile (putea să nu fi băut).
Internă, Instabilă şi Incontrolabilă	*E răcit.*	Boala este internă, dar instabilă (pentru că se va face bine). Probabil că nu a ales să se îmbolnăvească, deci atribuirea este şi incontrolabilă.

Externă, Stabilă şi Controlabilă	*Are o prietenă care se ceartă cu el în fiecare dimineaţă; trebuie să pună punct acestei relaţii.*	Sursa este externă (o prietenă); influenţa ei este stabilă (interacţionează în fiecare zi), dar controlabilă (poate pune capăt relaţiei, dacă vrea).
Externă, Stabilă şi Incontrolabilă	*Medicaţia pe care o ia pentru a-şi ţine sub control afecţiunea cardiacă îl determină să nu aibă răbdare.*	Medicaţia este o sursă externă; este stabilă (pentru că este destinată unei afecţiuni permanente) şi incontrolabilă (deoarece trebuie să o ia).
Externă, Instabilă şi Controlabilă	*Este iritat deoarece aparatul de aer condiţionat din apartamentul lui nu funcţionează; ar trebui să-l repare.*	Aparatul de aer condiţionat este o cauză externă; este instabilă (deoarece în cele din urmă se va repara) şi controlabilă (pentru că se poate repara).
Externă, Instabilă şi Incontrolabilă	*Cineva i-a tamponat maşina în această dimineaţă, deci este supărat.*	Sursa este externă (un alt şofer); este instabilă (a fost un incident unic) şi incontrolabilă (a fost un accident).

Să presupunem că Adina şi fiul ei Craig, în vîrstă de 14 ani, se ceartă într-o seară pe marginea posibilităţii ca Craig să meargă într-o excursie în străinătate sponsorizată de şcoală. După ceartă, amîndoi s-au dus la culcare supăraţi. Cînd Adina s-a trezit a doua zi dimineaţă, a observat că Craig nu a spălat vasele şi nu a dus gunoiul, două sarcini de care este responsabil în fiecare seară, înainte de culcare. Se pare că Craig a fost atît de afectat de conflictul din seara anterioară, încît a uitat să facă treburile care-i revin. Adina identifică însă o atribuire diferită: ea percepe că Craig nu a făcut treburile casnice deoarece nu o ascultă în mod intenţionat. În baza acestei atribuiri, îi spune lui Craig că este pedepsit timp de o săptămînă şi că nu va merge în excursia şcolară. Acţiunile ei nu fac decît să prelungească şi să intensifice conflictul dintre ei.

Dacă Adina ar fi atribuit în schimb comportamentul lui Craig unei scăpări, ar fi reuşit să i-l treacă cu vederea, în loc să-l transforme în fundamentul unui conflict suplimentar. După cum vom vedea în secţiunea următoare, dacă învăţăm să recunoaştem erorile comune privind atribuirea, vom reuşi să evităm cît mai bine să facem greşeli care, ca în cazul Adinei şi al lui Craig, transformă o situaţie rea într-una gravă.

Recunoaşterea erorilor comune privind atribuirea

S-ar putea crede că întotdeauna ne explicăm comportamentele într-un mod obiectiv, raţional, dar adevărul este că sîntem cu toţii înclinaţi spre „scurtături" mintale, atunci cînd găsim atribuiri. În consecinţă, atribuirile noastre sînt adesea mai puţin juste decît ar trebui să fie în mod ideal. Trei dintre cele mai comune erori de atribuire sînt eroarea atribuirii instrumentale, eroarea fundamentală de atribuire şi supraatribuirea.

Subiect de discuţie: Este dificil, dar nu imposibil, să fim obiectivi cu privire la performanţele proprii, aşa că studenţii dumneavoastră ar putea să nu fie surprinşi să afle că erorile atribuirii instrumentale sînt comune.

➲ eroare de atribuire instrumentală Tendinţa de a atribui succesele unor cauze interne şi eşecurile unor cauze externe.

EROAREA ATRIBUIRII INSTRUMENTALE. **Eroarea atribuirii instrumentale** se referă la tendinţa noastră de a ne atribui succesele unor cauze stabile, interne şi de a ne atribui eşecurile unor cauze instabile, externe[64]. De exemplu, dacă aţi primit nota 10 la test, acest lucru s-a întîmplat pentru că sînteţi deştept, dar dacă aţi luat un 4, motivul este că testul a fost injust sau că aţi muncit atît de mult pentru a reuşi să plătiţi taxele de şcolarizare, încît nu aţi avut timp să studiaţi. Aceste atribuiri se numesc erori ale atribuirii instrumentale deoarece sugerează că succesele noastre sînt meritate, dar eşecurile nu survin din vina noastră.

Erorile atribuirii instrumentale sînt asociate în primul rînd cu atribuirile pe care le asociem cu propriile noastre comportamente. Totuși. studiile arată că adesea extindem această tendința la alte persoane importante din viața noastră[65]. De exemplu, într-o căsnicie fericită, oamenii tind să atribuie comportamentele pozitive ale partenerului unor cauze interne („Și-a amintit ziua mea de naștere pentru că este atent"), iar comportamentele negative unor cauze externe („A uitat că e ziua mea de naștere din cauză că este foarte stresat la serviciu"). Această tendință este pronunțată mai ales la persoanele îndrăgostite, care se percep prin „ochelari cu lentile roz", după cum explică și caseta „Comunicarea: zona luminoasă". În relațiile tensionate, lucrurile decurg adesea invers: oamenii atribuie comportamentele negative unor cauze interne („A uitat că e ziua mea de naștere pentru că nu se gîndește decît la ea"), iar comportamentele pozitive unor cauze externe („Și-a amintit că este ziua mea doar pentru că i-am adus aminte de cinci ori").

Subiect de discuție: în privința erorilor atribuirii instrumentale, contează adesea cui îi facem atribuirea. Putem fi mai puțin înclinați să facem o astfel de eroare în cazul persoanelor care ne cunosc bine, de exemplu, decît în cazul cunoștințelor mai vagi sau al străinilor. La urma urmei, cei care ne cunosc cel mai bine nu prea tind să creadă că sîntem responsabili doar pentru succesele noastre!

Eroarea atribuirii instrumentale constituie o tendință naturală, autoprotectoare, deși este o formă de autoiluzionare[66]. Practic nici unul dintre noi nu este responsabil pentru toate succesele noastre și neresponsabil pentru nici un eșec. Dacă am fi cinstiți, majoritatea am recunoaște că eșecurile survin uneori din vina noastră (ați luat un 4 pentru că nu ați învățat). La fel, majoritatea recunoaștem că uneori succesele noastre se datorează unor factori pe care nu îi putem controla (ați luat un 10 datorită curbei lui Gauss, nu datorită performanțelor dumneavoastră).

Adesea extindem erorile atribuirii instrumentale la relațiile noastre. De ce partenerul și-a amintit ziua dumneavoastră de naștere? Din cauză că este o persoană atentă sau pentru că i-ați amintit în mod repetat acest lucru?

Aceste observații se aplică și comunicării din cadrul relațiilor. De exemplu, ne place să credem că sîntem responsabili pentru tot ceea ce merge bine în relațiile noastre, dar că nu sîntem responsabili pentru nimic din ceea ce merge prost. Și această atitudine este nerealistă. După cum ați aflat probabil din propria dumneavoastră experiență, ambele persoane implicate într-o relație interpersonală contribuie la aspectele pozitive și negative ale acesteia. Cînd comiteți o eroare de atribuire instrumentală și acționați ca și cum ați fi responsabil doar pentru succese, nu și pentru eșecuri, acțiunile dumneavoastră tind să genereze resentimente din partea celorlalți. Din aceste motive, este important să ne conștientizăm erorile de atribuire instrumentală și să fim onești cu atribuirile pe care le asociem comportamentelor noastre și comportamentelor celorlalți. Vezi caseta „Aveți aptitudini ?" de la pagina 152 pentru sfaturi în această privință.

EROAREA FUNDAMENTALĂ DE ATRIBUIRE. Gîndiți-vă cum ați reacționat ultima oară cînd cineva „v-a luat fața" în trafic. Mai precis, ce atribuire ați asociat comportamentului șoferului respectiv? Poate v-ați spus „Probabil că a întîrziat la o întîlnire importantă" sau „Probabil că are copii nerăbdători în mașină", dar probabil că nu ați făcut-o. Reacția dumneavoastră a fost mai degrabă de genul „Nemernicul ! ".

eroare fundamentală de atribuire Tendința de a atribui comportamentele celorlalți mai degrabă unor cauze interne decît externe.

Subiect de discuție: De ce oamenii au tendința de a atribui comportamentele altora unor cauze interne? O explicație ar fi cea a „leneșului cognitiv": procedăm astfel deoarece necesită mai puțină energie mintală decît căutarea unor cauze externe.

Motivația acestui răspuns nu este faptul că sînteți o persoană arțăgoasă, ci mai degrabă tendința de a comite ceea ce oamenii de știință numesc **eroarea fundamentală de atribuire**, prin care atribuim comportamentele altor oameni mai degrabă unor cauze interne decît externe[67]. Eleva de liceu a strîns fonduri pentru o cauză de binefacere deoarece este o persoană sufletistă, altruistă, nu pentru că a beneficiat de o mărire de notă. Casierul v-a dat restul greșit din cauză că nu știe să numere, nu pentru că un anunț de la difuzor i-a distras atenția. Șoferul v-a tăiat calea pentru că era un nemernic, nu din cauza copiilor gălăgioși din mașină sau a altui factor extern care i-ar fi putut motiva comportamentul.

Comunicarea: zona luminoasă

VĂD LUMEA ALTFEL: ÎNDRĂGOSTIŢII ŞI OCHELARII CU LENTILE ROZ

Aţi observat poate că persoanele îndrăgostite se percep reciproc mult mai pozitiv decît altele. Deşi nu le este deloc greu să-şi identifice reciproc calităţile, par incapabile să observe măcar defectele şi neajunsurile celuilalt. Într-adevăr, este ca şi cum a fi îndrăgostit le permite oamenilor să vadă dincolo de exteriorul partenerilor lor şi să aprecieze „persoana reală" din interior. În mod colocvial, numim această capacitate „a vedea prin ochelari cu lentile roz" pentru a sugera că îndrăgostirea face ca partenerul – şi probabil toată lumea – să ne apară într-o lumină mai roz decît de obicei.

Studiile confirmă că persoanele îndrăgostite se percep şi comunică reciproc în mod diferit faţă de persoanele care nu sînt îndrăgostite. Într-un studiu devenit clasic, specialiştii în psihologie socială Clyde şi Susan Hendrick au descoperit că studenţii îndrăgostiţi percep o implicare, satisfacţie şi dăruire sporită faţă de partenerii lor – şi un interes redus faţă de partenerii alternativi – în comparaţie cu cei care nu sînt îndrăgostiţi. De asemenea, persoanele îndrăgostite au raportat implicarea mai redusă în comportamente de automonitorizare (poate pentru că percepeau un nivel sporit de acceptare necondiţionată din partea partenerilor lor) şi în comportamente care incită la risc (poate pentru că relaţiile lor romantice li se păreau suficient de incitante). Cercetătorii sugerează că privitul prin ochelari cu lentile roz constituie o etapă normală, chiar benefică, pe care o experimentează noii îndrăgostiţi, deoarece îi încurajează să-şi ignore reciproc defectele, în timp ce sentimentele lor devin mai profunde.

Sfatul meu

- Pe lîngă faptul de a fi îndrăgostit de persoana respectivă, ce altceva v-ar putea determina să vedeţi pe cineva prin ochelari cu lentile roz?
- Aveţi tendinţa de a vedea anumiţi oameni prin ochelari cu lentile roz? Dacă da, cum influenţează acest lucru atribuirile pe care le asociaţi comportamentelor lor?

Sursa: Hendrick, C., Hendrick, S.S. (1988). Lovers wear rose colored glasses. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, pp. 161-183.

Eroarea fundamentală de atribuire este de fapt atît de puternică, încît o comitem chiar şi cînd sîntem avizaţi. De exemplu, probabil că vă vine în minte un actor pe care îl antipatizaţi pur şi simplu pentru că nu vă plac personajele pe care le interpretează. Majoritatea înţelegem că a fi actor implică a juca un rol şi a pretinde că eşti un personaj creat de altcineva ; cuvintele şi comportamentele unui actor nu îi aparţin. Totuşi, comitem adesea eroarea fundamentală de atribuire, presupunînd (chiar în mod subconştient) că purtarea unui actor reflectă cine este acesta ca persoană.

Cît de puternică este eroarea fundamentală de atribuire? Ţineţi cont de faptul că, într-un studiu, oamenii au explicat comportamentul unei persoane din perspectiva factorilor interni chiar şi după ce li s-a spus clar că a fost cauzat de factori externi[68]. În cadrul studiului, studenţii au discutat cu o tînără al cărei comportament era fie prietenos, fie neprietenos. Înainte de efectuarea studiului, unei jumătăţi dintre studenţi li s-a spus că femeia se va comporta spontan, însă celeilalte jumătăţi li s-a spus că a fost instruită să se comporte fie prietenos, fie neprietenos.

Cum a influenţat această informaţie atribuirile asociate de studenţi comportamentului femeii? Răspunsul este că nu a avut nici un efect. Cînd femeia s-a purtat prietenos, studenţii au afirmat că s-a purtat astfel deoarece este o persoană prietenoasă, iar cînd s-a purtat neprietenos au afirmat că acest lucru s-a datorat faptului că este o persoană neprietenoasă. În ambele cazuri, studenţii au atribuit comportamentul femeii personalităţii ei, chiar şi cînd li s-a precizat clar că ea se comporta aşa cum i se spusese.

AVEŢI APTITUDINI ?

ERORILE ATRIBUIRII INSTRUMENTALE

Recunoaşteţi erorile atribuirii instrumentale şi învăţaţi să le evitaţi.

Ce ?	De ce ?	Cum ?	Încercaţi !
Învăţaţi să evitaţi erorile atribuirii instrumentale cînd elaboraţi atribuiri privind comportamentul dumneavoastră interpersonal.	Ca să recunoaşteţi şi să conştientizaţi faptul că sînteţi responsabil atît de aspectele pozitive, cît şi de aspectele negative ale relaţiilor dumneavoastră personale.	1. Alegeţi o relaţie importantă pentru dumneavoastră şi enumeraţi-i cinci calităţi esenţiale şi cinci defecte principale. 2. Notaţi modalităţile prin care (a) contribuiţi la aspectele pozitive ale relaţiei şi (b) cealaltă persoană contribuie la aspectele negative. 3. În continuare, notaţi modalităţile prin care (a) contribuiţi la aspectele negative ale relaţiei şi (b) cealaltă persoană contribuie la aspectele pozitive. Dacă vi se pare că acest exerciţiu este dificil, gîndiţi-vă ce ar avea de spus cealaltă persoană.	1. Data viitoare cînd vă mai confruntaţi cu o problemă în această relaţie, meditaţi puţin înainte de a stabili vinovatul. Analizaţi cu grijă rolul pe care l-aţi jucat fiecare dintre voi în crearea problemei respective. 2. *Comunicaţi-i partenerului faptul că îl consideraţi responsabil pentru aspectele pozitive ale relaţiei.* 3. Pe parcursul unei săptămîni, prin cîte o scurtă însemnare de tip jurnal, documentaţi momentele în care aţi evitat cu succes erorile atribuirii instrumentale. La sfîrşitul săptămînii, scrieţi un paragraf care să reflecte ceea ce aţi învăţat.

ANALIZAŢI : *Cum se îmbunătăţeşte comunicarea interpersonală cînd sînteţi atent la erorile atribuirii instrumentale ?*

În calitate de participanţi la comunicarea interpersonală, nu trebuie să uităm următorul lucru : comportamentele oamenilor – inclusiv ale noastre – reprezintă adesea reacţii la forţele externe. De exemplu, cînd noul medic la care mergeţi vă diagnostichează boala şi prescrie tratamentul în doar trei minute, iar apoi îl preia pe următorul pacient, puteţi trage concluzia că nu este o persoană foarte sufletistă. Aceasta ar constitui o atribuire internă pentru comportamentul său, pe care fenomenul erorii fundamentale de atribuire vă determină să o faceţi într-o măsură mai mare. Dacă credeţi că medicul v-a consultat în grabă din cauză că nu i-a păsat de dumneavoastră, această atribuire vă poate determina să îl evaluaţi în mod negativ faţă de prietenii şi de colegii dumneavoastră de serviciu sau pur şi simplu să mergeţi la un alt medic.

Totuşi, atribuirea dumneavoastră a fost corectă ? Întrebaţi-vă ce forţe externe ar fi putut motiva comportamentul medicului. De exemplu, este posibil să se fi grăbit să vă consulte pur şi simplu pentru că un alt medic absentase în ziua respectivă şi fusese nevoit să consulte un număr dublu de pacienţi decît de obicei, şi nu pentru că era o persoană insensibilă. Dacă lucrurile stau astfel, atunci este posibil ca dumneavoastră să fi schimbat degeaba medicul, ratînd ocazia de a vă crea o relaţie profesională pozitivă cu această persoană. În măsura în care ne bazăm deciziile pe atribuiri incorecte, riscăm să ne afectăm în mod inutil relaţiile pe parcursul acestui proces.

SUPRAATRIBUIREA. O a treia eroare comună de atribuire este **supraatribuirea**, prin care evidenţiem una sau două caracteristici clare ale unei persoane şi apoi atribuim tot ce face aceasta caracteristicilor respective[69]. Să analizăm exemplul Fatimei, care este copil unic la părinţi. Cînd vedeţi că este nerăbdătoare sau se comportă egoist, este posibil să vă spuneţi: „Este ceva tipic pentru un copil singur la părinţi". Aţi observat poate că se străduieşte să aibă note bune, este foarte chibzuită cu banii sau pare să nu se bucure de vacanţe. Este posibil să vă spuneţi: „Ei bine, este un copil singur la părinţi!", de parcă această caracteristică unică *este într-adevăr* cauza fundamentală a tot ce face ea[70].

➲ supraatribuire Tendinţa de a atribui o varietate de comportamente unei singure caracteristici a unei persoane.

Subiect de discuţie: Cereţi-le studenţilor să dea exemple de momente în care au elaborat supraatribuiri în privinţa altor persoane – sau cînd alte persoane au procedat astfel în ceea ce-i priveşte.

Supraatribuirea este o formă de lene mintală. În loc să încercăm să înţelegem de ce Fatima se străduieşte atît de mult la şcoală, sesizăm ceva evident în ceea ce o priveşte (este un copil singur la părinţi) şi conchidem că este posibil să aibă legătură cu acest fapt.

Deşi exemplul respectiv ar putea părea inconsecvent, supraatribuirea poate contribui la comportamente problematice în unele contexte. De exemplu, psihologii William Schweinle, William Ickes şi Ira Bernstein au studiat supraatribuirea în contextul agresiunii maritale. Pe baza principiului supraatribuirii, cercetătorii au anticipat că, dacă femeile comunicau într-un anumit mod, de exemplu, cînd aveau o atitudine critică, bărbaţii explicau uneori acest comportament ca fiind tipic feminin. Cu alte cuvinte, se axau pe un singur aspect al unei persoane („este femeie") ca fiind cauza comportamentului ei („deoarece este femeie, îi place să critice").

Schweinle şi colegii săi au descoperit că, cu cît bărbaţii apelează mai mult la această formă de atribuire în privinţa femeilor, în general, cu atît există mai multe şanse să comită abuzuri verbale la adresa soţiilor lor[71]. Cercetătorii au observat că manifestarea acestui tip de atribuire îi determină pe bărbaţi să-şi perceapă soţiile ca fiind critice chiar şi cînd acestea nu sînt astfel, doar din cauză că sînt femei. În consecinţă, bărbaţii îşi creează gînduri defensive care provoacă agresiunea verbală[72].

Supraatribuirea este deosebit de uşor de realizat în cazul grupurilor marginalizate, ca, de exemplu, minorităţile sexuale, persoanele fără adăpost şi cele cu dizabilităţi[73]. Deoarece membrii acestor grupuri sînt marginalizaţi, unii oameni nu au multă experienţă în interacţiunea cu ei. Această lipsă de comunicare facilitează convingerea că grupul căruia îi aparţine o persoană constituie principala cauză a comportamentelor sale. Din acest motiv, este important să reţinem că a nu avea adăpost sau a fi gay poate fi o singură caracteristică a unei persoane, dar nu defineşte persoana în totalitate şi nu constituie cauza a tot ce spune sau face persoana respectivă[74].

Supraatribuirea poate surveni uşor în cazul persoanelor din grupurile sociale marginalizate, de exemplu, persoanele cu dizabilităţi intelectuale – mai ales cînd interacţiunea cu ele este limitată. Oamenii sînt fiinţe sociale complexe. Nu-i înţelegem pe oameni pur şi simplu caracterizîndu-le calităţile cele mai evidente.

Oamenii sînt fiinţe sociale complexe. Prin urmare, dacă vrem să înţelegem raţiunile comportamentelor altor persoane, trebuie să analizăm mai profund, dincolo de caracteristicile lor evidente, şi să ţinem cont de aspectele mediului fizic şi/sau social care le-ar putea motiva comportamentul.

Asemenea altor forme de percepţie, atribuirile sînt importante, dar pot fi supuse erorilor. Această observaţie nu implică faptul că nu facem niciodată atribuiri privind comportamentul altor persoane, ci pur şi simplu recunoaşte că erorile atribuirii instrumentale, eroarea fundamentală de atribuire şi supraatribuirea sînt greşeli care se comit uşor. Cu cît ştim mai multe despre aceste procese, cu atît sîntem mai în măsură să analizăm atribuirile pe care le realizăm. Secţiunea „Pe scurt" rezumă cele trei erori comune de atribuire.

PE SCURT • TREI ERORI COMUNE DE ATRIBUIRE

Erorile atribuirii instrumentale • Ne atribuim succesele unor cauze interne și eșecurile unor cauze externe

Eroarea fundamentală de atribuire • Atribuim comportamentele altor oameni unor cauze interne mai frecvent decît unor cauze externe

Supraatribuirea • Ne axăm pe o caracteristică a unei persoane și atribuim caracteristicii respective o mare varietate de comportamente

ÎNVĂȚAȚI Ce înseamnă afirmația că atribuirile variază în funcție de locus, stabilitate și controlabilitate? În ce mod erorile atribuirii instrumentale, eroarea fundamentală de atribuire și supraatribuirea sînt exemple de erori de atribuire?

APLICAȚI Timp de o săptămînă, elaborați o listă cu toate atribuirile pe care le faceți și evaluați dacă au fost juste. La sfîrșitul săptămînii, citiți din nou lista și evaluați corectitudinea fiecărei atribuiri. Cîte atribuiri se încadrează printre prejudecățile automăgulitoare? Au existat atribuiri excesiv de negative?

REFLECTAȚI Cînd comiteți eroarea fundamentală de atribuire? Cu ce grupuri de persoane din jur ar exista cele mai multe șanse să apelați la supraatribuiri?

4. Îmbunătățirea abilităților perceptuale

Am analizat cît de uşor pot fi comise erorile perceptuale. Îi încadrăm pe oameni în stereotipuri. Presupunem că ei gîndesc la fel ca noi. Le atribuim toate comportamentele unei caracteristici sau două. În mod clar, elaborarea percepţiilor este o sarcină dificilă. Un lucru pozitiv este că, în pofida tuturor limitărilor, ne putem descurca mai bine dacă ştim cum. Îmbunătăţirea capacităţii perceptuale începe cu conştientizarea a ce anume reprezintă percepţiile noastre şi a elementelor care le influenţează. Apoi, ea implică verificarea acurateţei percepţiilor noastre. Totuşi, înainte să analizăm aceste etape, imaginaţi-vă în următoarea situaţie.

În viața de zi cu zi: Adesea este dificil să evităm greșelile perceptuale. Încurajați-i pe studenți să ia o pauză mintală data viitoare cînd elaborează o percepție privind o altă persoană și să se întrebe în ce fel percepția lor ar putea fi limitată. Care ar fi unele percepții *alternative*? După ce studenții dumneavoastră încep să exerseze, este posibil să observe că abilitatea lor de a elabora percepții juste se îmbunătățește.

Tocmai aţi început să lucraţi la un magazin care vinde piscine şi oferă servicii de întreţinere pentru acestea. Aţi observat că atmosfera socială de la magazin pare relaxată şi amuzantă, dar simţiţi o tensiune între Dmitri, managerul magazinului, şi Min, una dintre vînzătoare. Dmitri a crescut în Grecia, a mers la colegiu în Canada şi locuieşte în Statele Unite de cînd a absolvit universitatea. Părinţii lui Min au emigrat din Coreea de Sud cînd era copil şi i-au crescut pe Min şi pe fratele ei mai mare în nord-vestul Pacificului.

Din cîte aţi observat, Dmitri este prietenos şi relaxat cu aproape toată lumea, inclusiv cu angajaţii săi. Şi Min este prietenoasă, dar comunică cu ceilalţi într-o manieră mai formală, mai rezervată decît Dmitri. De mai multe ori, l-aţi văzut pe Dmitri punîndu-şi braţul în jurul lui Min şi flirtînd cu ea. L-aţi observat făcînd acelaşi lucru şi cu alte cîteva persoane; Dmitri este un om foarte sociabil. De asemenea, aţi auzit totuşi de la un alt angajat că Min l-a rugat pe Dmitri să nu se comporte astfel cu ea la serviciu, deşi nu sînteţi sigur că este adevărat.

Apoi, într-o dimineaţă, cînd lucraţi în salonul de prezentare al magazinului, auziţi ceea ce pare a fi o ceartă în biroul lui Dmitri. Recunoaşteţi vocea lui Dmitri şi cea a lui Min şi, deşi nu distingeţi nimic din ce spun, auziţi suficient de mult ca să vă daţi seama că Min este supărată deoarece Dmitri a promovat un alt angajat în locul ei pe postul de vînzător-şef. În cele din urmă, o vedeţi pe Min ieşind din biroul lui Dmitri, părînd foarte supărată. În după-amiaza respectivă, auziţi zvonul că Min a formulat o acuzaţie de hărţuire împotriva lui Dmitri.

Vom folosi acest scenariu pe parcursul secţiunii de faţă, pentru a ilustra cum vă puteţi îmbunătăţi capacităţile de elaborare a percepţiilor. În timp ce vă imaginaţi în acest scenariu, analizaţi ce percepţii v-aţi forma. Dmitri a hărţuit-o pe Min, refuzîndu-i o promovare deoarece ea şi-a exprimat disconfortul în legătură cu comportamentul lui uşuratic? Dar oare Min îl acuză degeaba pe Dmitri de hărţuire, pentru că este nervoasă că nu a fost promovată? Sau ambele părţi sînt vinovate? Elaborarea unei percepţii juste cu privire la situaţie va fi dificilă, avînd în vedere informaţiile limitate de care dispuneţi. Cu toate acestea, dacă depuneţi un efort, vă puteţi îmbunătăţi capacitatea perceptuală.

Conştientizaţi-vă propriile percepţii

Ne formăm în permanenţă percepţii cu privire la oameni şi la situaţii – atît de des, de fapt, încît uneori nu conştientizăm acest lucru. Totuşi, ne putem îmbunătăţi capacităţile perceptuale doar cînd ne conştientizăm percepţiile. Cu alte cuvinte, trebuie mai întîi să conştientizăm care ne sînt percepţiile; apoi trebuie să analizăm cum pot fi influenţate acestea de propriile noastre caracteristici, de caracteristicile persoanelor pe care le percepem şi de contextul în care le percepem.

Subiect de discuţie: Subliniaţi faptul că a fi atent presupune să începi prin a recunoaşte că percepţiile oamenilor sînt de fapt percepţii, nu reflectări nemediate ale realităţii. Doar cînd sîntem conştienţi de acest lucru putem examina modul în care aspectele care ţin de noi, de ceilalţi şi de context au influenţat percepţiile pe care ni le-am format.

În viaţa de zi cu zi: Un motiv pentru care ne grăbim adesea să judecăm cînd sîntem flămînzi, obosiţi sau bolnavi este faptul că avem o tendinţă mai redusă decît de obicei de a investi energia necesară pentru a ne analiza mai aprofundat percepţiile. În schimb, în astfel de stări ne conservăm energiile (inclusiv pe cele mintale).

CUNOAŞTEŢI-VĂ PE DUMNEAVOASTRĂ ÎNŞIVĂ. Cum pot cîţiva oameni să observe acelaşi eveniment şi să-şi formeze percepţii diferite – chiar contradictorii – despre el? După cum am văzut, motivul este următorul: caracteristicile noastre individuale modelează adesea felul în care percepem oameni şi situaţii. Prin urmare, a fi conştient de percepţiile dumneavoastră înseamnă parţial să vă întrebaţi cum sînt influenţate de atributele dumneavoastră personale.

De exemplu, cum ar putea influenţa genul dumneavoastră percepţia situaţiei lui Dmitri şi Min? Poate că vă identificaţi mai mult cu Min dacă sînteţi femeie, deoarece proiectaţi cum anume v-aţi simţi în aceeaşi situaţie. La fel, vă puteţi identifica într-o măsură mai mare cu Dmitri, dacă sînteţi bărbat. Totodată, valorile şi expectanţele dumneavoastră culturale ar putea influenţa percepţia situaţiei. Dacă aţi crescut într-o cultură cu distanţă ierarhică mică, ce valorizează egalitatea şi drepturile angajaţilor, puteţi fi predispus să percepeţi că Dmitri abuzează de puterea lui şi o victimizează pe Min. Invers, dacă aţi crescut într-o cultură cu distanţă ierarhică mare, care valorizează ierarhia şi descurajează punerea sub semnul întrebării a autorităţii, puteţi fi înclinat să percepeţi că Min are o reacţie exagerată şi cauzează probleme în mod inutil.

Nu uitaţi că stările şi trăsăturile dumneavoastră fiziologice vă pot influenţa la rîndul lor percepţiile. De exemplu, dacă eraţi obosit sau flămînd cînd i-aţi auzit pe Dmitri şi pe Min discutînd, probabil că eraţi iritat şi mai predispus decît de obicei să vă grăbiţi să trageţi o concluzie. Acest fapt v-ar fi putut determina să selectaţi, să organizaţi şi să interpretaţi doar acele indicii care v-ar fi sprijinit percepţia iniţială, ignorînd toate informaţiile care nu o susţineau.

Totodată, experienţele dumneavoastră de la locurile de muncă anterioare v-ar fi putut influenţa percepţiile cu privire la Dmitri şi Min, creînd un ansamblu perceptual. Să presupunem că unul dintre prietenii dumneavoastră cei mai apropiaţi de la cel mai recent loc de muncă a fost victima hărţuirii. Observînd suferinţa şi frustrarea pe care le-a trăit, poate că aţi devenit sensibil la cazurile de hărţuire, fapt care vă determină să „vedeţi" o situaţie drept exemplu de hărţuire pentru că aşa vă aşteptaţi să o vedeţi.

Să adoptăm acum abordarea opusă şi să ne imaginăm că un prieten al dumneavoastră ar fi fost acuzat de hărţuire de un angajat nemulţumit. Această experienţă v-ar putea sensibiliza astfel încît să „vedeţi" chiar şi victimele legitime ale hărţuirii drept persoane răzbunătoare şi necinstite, pentru că asta vă aşteptaţi să vedeţi. În ambele cazuri, experienţele dumneavoastră v-ar fi creat un ansamblu perceptual care vă influenţează percepţiile.

Nu putem modifica întotdeauna aceste influenţe asupra capacităţii noastre de a elabora percepţii. De exemplu, oricît am încerca, nu putem pur şi simplu să alegem să gîndim asemenea unei persoane de sex diferit sau cu un fundal cultural diferit. Ceea ce *putem* însă face este să ne întrebăm cum anume factori precum experienţa noastră, genul, fondul cultural şi stările şi trăsăturile fiziologice ne pot influenţa percepţiile. Recunoaşterea acestor influenţe reprezintă una dintre primele etape ale îmbunătăţirii capacităţii noastre perceptuale.

CONCENTRAŢI-VĂ ASUPRA CARACTERISTICILOR ALTORA: INFLUENŢA GENULUI ŞI A CULTURII. A fi atenţi la percepţii înseamnă şi să recunoaştem cum sînt influenţate acestea de caracteristicile altor persoane pe care le percepem. De exemplu, sînteţi mai înclinat să credeţi că situaţia lui Dmitri şi a lui Min este un exemplu de hărţuire din cauză că superiorul este bărbat, iar angajatul este femeie? Dar dacă situaţia ar fi implicat un angajat bărbat care ar fi acuzat un superior femeie de hărţuire? Acest detaliu v-ar fi modificat percepţia privind justeţea acuzaţiei? Credeţi poate că genul persoanelor implicate nu contează – din punct de vedere legal şi etic, nu ar trebui să conteze –, dar o serie de studii au arătat că oamenii au tendinţa de a percepe hărţuirea mai degrabă atunci cînd superiorul este bărbat decît dacă este femeie[75].

Subiect de discuţie: Studenţii din campusurile cu niveluri ridicate de diversitate culturală au avut probabil experienţa interpretării greşite a comportamentelor unor persoane din alte culturi. Cereţi-le studenţilor să vă împărtăşească experienţele lor, fie verbal, fie în scris, dacă acest lucru nu îi stînjeneşte.

O altă caracteristică a lui Min şi Dmitri care vă poate influenţa percepţiile asupra situaţiei lor o reprezintă fondurile lor culturale. Cultura are o influenţă majoră asupra modului în care ne comportăm şi comunicăm, prin urmare nu ar trebui să fim surprinşi de faptul că influenţează şi felul în care percepem comportamentele. Cînd observăm interacţiuni între persoanele din cultura noastră, informaţiile comune cu privire la normele culturale ne permit să le percepem şi să le interpretăm comportamentele relativ uşor. Totuşi, cînd observăm interacţiuni între persoane din alte culturi, avem tendinţa de a le interpreta greşit comportamentele. Un motiv pentru care acest lucru este adevărat este faptul că fondurile culturale ale oamenilor pot activa stereotipuri care ne influenţează percepţiile.

De exemplu, poate că îi consideraţi în mod stereotip pe bărbaţii greci ca fiind sociabili, prin urmare, consideraţi că purtarea prietenoasă a lui Dmitri faţă de angajaţii săi este doar o modalitate de a-şi exprima firea, şi nu hărţuire. Poate că le percepeţi în mod stereotip pe femeile asiatice (chiar şi pe cele care au crescut în Statele Unite) ca fiind tolerante şi respectuoase în relaţia cu autoritatea. În acest caz, percepeţi probabil că Min nu s-ar fi certat cu superiorul ei dacă nu s-ar fi simţit cu adevărat victimizată. Este posibil ca nici unul dintre aceste stereotipuri să nu fie valid. Totuşi, în măsura în care aveţi convingeri stereotipe relevante pentru Dmitri sau Min, ele pot influenţa modul în care percepeţi situaţia.

ŢINEŢI CONT DE CONTEXT. Ultimul pas în analizarea percepţiilor constă în a medita la modul în care le influenţează contextul. În exemplul cu Dmitri şi Min, contextul include nu doar cearta pe care aţi auzit-o, ci şi observaţiile pe care le-aţi făcut cu privire la comportamentele comunicaţionale ale celor doi, înainte de ceartă. Să presupunem că, atunci cînd aţi început să lucraţi la magazin, prima impresie pe care v-a făcut-o Dmitri a fost că afecţiunea sa faţă de angajaţi era deplasată. Din cauza efectului primului, acea primă

Subiect de discuţie: Amintiţi-le studenţilor că în context sînt incluse şi contextul social, psihologic şi emoţional, precum şi contextul fizic. Deasemenea, este inclus contextul temporal, care ţine cont de ordinea în care au survenit evenimentele.

impresie vă poate încuraja să-i percepeţi comportamentul faţă de Min drept hărţuire. Invers, să presupunem că aţi observat recent că Min comunica într-o manieră neprofesionistă cu doi clienţi. Din cauza efectului recentului, acea impresie negativă recentă vă poate încuraja să percepeţi că ea îl acuză în mod nedrept pe Dmitri.

De asemenea, biasurile pozitive şi negative vă pot modela percepţiile. Dacă o simpatizaţi într-adevăr pe Min şi v-aţi înţeles mereu bine cu ea, atunci puteţi fi înclinat să credeţi doar lucruri pozitive în ceea ce o priveşte. Această înclinaţie vă poate determina să credeţi ceea ce susţine ea şi să conchideţi că Dmitri a hărţuit-o într-adevăr. Totuşi, dacă dumneavoastră şi Min nu v-aţi înţelege, aţi fi tentat să credeţi cele mai rele lucruri despre ea, iar această înclinaţie v-ar putea determina să nu-i credeţi acuzaţiile.

Totodată, nu uitaţi că aţi auzit doar fragmente din cearta lui Dmitri cu Min. Este posibil ca abilitatea dumneavoastră limitată de a auzi conversaţia să vă fi determinat să rataţi unele părţi ale confruntării care v-ar fi schimbat poate opinia despre situaţie. Cu alte cuvinte, contextul însuşi limitează informaţiile pe care le puteţi selecta pentru a le acorda atenţie. Prin urmare, o componentă importantă a conştientizării percepţiilor constă în a vă pune întrebarea dacă există informaţii la care nu aveţi acces.

Aceste trei elemente – autocunoaşterea, concentrarea asupra caracteristicilor celorlalţi şi luarea în calcul a contextului – vă pot ajuta să aveţi o gîndire critică cu privire la percepţiile dumneavoastră, recunoscînd multitudinea factorilor care le pot influenţa.

Verificarea percepţiilor

Conştientizarea percepţiilor constituie un pas important către îmbunătăţirea capacităţilor perceptuale, însă este doar primul pas. După ce aţi analizat factorii care vă determină să vă creaţi o anumită percepţie, următorul pas este să verificaţi justeţea percepţiei respective. În acest scop, să continuăm analiza exemplului cu Dmitri şi Min.

În viaţa de zi cu zi: În relaţii, este foarte important să vă amintiţi că interpretările şi informaţiile nu sînt aceleaşi. Oamenii tind să interpreteze ceea ce văd şi aud în moduri care corespund cu starea lor mintală şi emoţională – prin urmare, găsim cele mai multe interpretări pozitive ale comportamentelor unui partener atunci cînd avem o stare pozitivă decît cînd avem una negativă. Totuşi, trebuie să ţinem cont şi de informaţiile privind comportamentele partenerilor, nu doar de interpretările pe care li le asociem noi.

SEPARAŢI INTERPRETĂRILE DE FAPTE. *Dragnet* este un serial poliţist de radio şi televiziune care a debutat la începutul anilor '50. Personajul principal, sergentul Joe Friday, este un detectiv cunoscut pentru faptul că cere „doar faptele, doamnă". Această sintagmă arată că faptele obiective sînt diferite de interpretările lor.

Să presupunem că l-aţi văzut pe Dmitri punîndu-şi braţul în jurul unei cliente şi sărutînd-o pe obraz. Dacă vi s-ar cere să descrieţi scena, aţi putea spune că „Dmitri se purta prietenos cu femeia aceea" sau „flirta cu ea" sau chiar „îi făcea avansuri".

Care dintre aceste descrieri este realistă? Teoretic, nici una dintre ele. Toate sînt mai degrabă interpretări, deoarece toate atribuie *semnificaţii* unei realităţi pe care aţi observat-o. Aţi observat comportamentul lui Dmitri şi l-aţi interpretat drept prietenie, flirt sau indiciu al interesului sexual, aşa că l-aţi descris în modul respectiv. De fapt, dacă dumneavoastră şi doi colegi de serviciu aţi fi fost martori ai acestui comportament, l-aţi fi putut interpreta cu uşurinţă în trei moduri.

Dacă toate cele trei percepţii ar fi interpretări subiective, atunci care este realitatea? Realitatea esenţială este că l-aţi văzut pe Dmitri punîndu-şi braţul în jurul femeii şi sărutînd-o pe obraz. Aceasta aţi observat în mod obiectiv. Poate că aţi sesizat şi alte indicii care v-au ajutat să găsiţi o interpretare, ca, de exemplu, ce se întîmplase mai devreme şi cum a reacţionat clienta. Ideea este că *descrierea* a ceea ce aţi văzut sau aţi auzit nu este acelaşi lucru cu *interpretarea*. Dacă ar fi să verificăm justeţea percepţiilor, ar trebui să începem prin a separa ceea ce am văzut sau am auzit de interpretările pe care le atribuim realităţilor respective.

ELABORAŢI PERCEPŢII ALTERNATIVE. După ce aţi atribuit o anumită semnificaţie unui eveniment, întrebaţi-vă ce alte semnificaţii sau interpretări i-aţi fi putut asocia. După cum am afirmat mai devreme, majoritatea oamenilor îşi fac o percepţie şi apoi acordă atenţie doar informaţiilor care vin în sprijinul percepţiei respective, ignorînd orice altă informaţie care nu o sprijină. O abordare mai bună ar fi să căutăm modalităţi alternative de a percepe situaţia, chiar dacă acestea ne contrazic percepţia iniţială.

De exemplu, observaţiile dumneavoastră privitoare la Dmitri şi Min v-ar putea determina să credeţi că Min îl acuză pe Dmitri de hărţuire doar din cauză că este mînioasă că nu a fost promovată. Care sînt modalităţile alternative de a percepe situaţia? O alternativă pe care am identificat-o deja ar fi că Dmitri a hărţuit-o într-adevăr pe Min. Există şi altele? Poate că Dmitri se simte ameninţat de Min şi îşi face griji că şi-ar putea pune în pericol propria slujbă dacă ar promova-o. Poate că Min şi Dmitri au de multă vreme o relaţie tensionată. În acest caz, conflictul la care aţi fost martor nu a avut drept obiect în nici un caz promovarea lui Min, ci a reflectat în schimb resentimentele îndelungate ale ambelor persoane.

Practica elaborării unor percepţii alternative este importantă din două motive. În primul rînd, vă impune să analizaţi informaţiile despre situaţie care nu se încadrează în percepţia dumneavoastră iniţială. De exemplu, dacă iniţial aţi perceput că Min l-a acuzat pe Dmitri de hărţuire doar din cauză că s-a enervat că nu a fost promovată, atunci v-ar fi uşor să ignoraţi faptul că aţi observat stînjeneala lui Min faţă de comportamentul mai mult decît prietenos al lui Dmitri, deoarece observaţiile respective nu vin în sprijinul percepţiei dumneavoastră. În schimb, pentru a genera o percepţie alternativă, ar trebui să ţineţi cont de observaţiile respective.

În al doilea rînd, generarea unor percepţii alternative vă încurajează să vă întrebaţi ce informaţii relevante vă lipsesc. Cît de mult ştiţi despre trecutul relaţiei dintre Dmitri şi Min, de exemplu? Dacă aţi şti că au fost un cuplu, dar s-au despărţit abia cu cîteva luni înainte ca dumneavoastră să începeţi să lucraţi la magazin, această informaţie v-ar putea oferi un context mai clar pentru a le interpreta comportamentele lor unul faţă de celălalt.

Totuşi, nu uitaţi că, dacă sînteţi capabil să generaţi percepţii alternative, nu înseamnă neapărat că percepţia dumneavoastră iniţială a fost incorectă sau că ar trebui să renunţaţi la ea. De fapt, analizarea alternativelor vă va convinge uneori şi mai mult că prima percepţie era justă. Scopul analizării percepţiilor alternative este să vă asiguraţi că nu ignoraţi sau respingeţi indiciile din situaţia respectivă pur şi simplu pentru că nu susţin percepţia pe care v-aţi format-o.

După ce aţi separat interpretările de fapte şi aţi analizat modalităţile alternative de a percepe situaţia, puteţi iniţia tipuri directe şi indirecte de verificare a percepţiilor.

MANIFESTAŢI COMPORTAMENTE DE VERIFICARE A PERCEPŢIILOR. Verificarea percepţiilor este procesul de testare a justeţei percepţiilor dumneavoastră. Aceasta este o etapă importantă a îmbunătăţirii capacităţilor perceptuale, deoarece cînd acţionaţi pe baza unor percepţii injuste riscaţi să agravaţi şi mai mult o situaţie, după cum aţi văzut că a procedat Adina cu fiul ei, Craig, mai devreme în acest capitol. Puteţi iniţia modalităţi directe sau indirecte de verificare a percepţiilor.

Verificarea directă a percepţiilor presupune a-i întreba pur şi simplu pe alţi oameni dacă percepţiile dumneavoastră privind o anumită situaţie sînt juste. De exemplu, dacă aţi perceput că Min era nervoasă pe Dmitri, o modalitate de a afla dacă aveţi dreptate este să o întrebaţi. Verificarea directă a percepţiilor implică trei elemente:

1. Recunoaşterea comportamentului la care aţi fost martor.
2. Interpretarea comportamentului respectiv.
3. Adresarea întrebării privind corectitudinea interpretării dumneavoastră.

Iată un exemplu de modalitate prin care puteţi verifica direct percepţia că Min este supărată pe Dmitri:

„Te-am auzit vorbind cu Dmitri în biroul lui *[recunoaşterea comportamentului]*. Se pare că erai destul de supărată pe Dmitri *[propunerea unei interpretări]*. Chiar aşa este? *[adresarea întrebării despre interpretarea dumneavoastră]*".

În viaţa de zi cu zi: În culturile puternic contextuale, verificarea directă a percepţiei poate să nu fie considerată adecvată. Într-o cultură puternic contextuală, se estimează că semnificaţia unei situaţii trebuie dedusă mai degrabă din indiciile contextuale decît prin întrebări directe.

AVEŢI APTITUDINI?

VERIFICAREA DIRECTĂ A PERCEPŢIILOR

Învăţaţi să vă verificaţi percepţiile în mod direct.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să aplicaţi verificarea directă a percepţiilor.	Pentru a verifica justeţea percepţiilor interpersonale, astfel încît să le corectaţi cînd sînt greşite.	1. După ce formulaţi o interpretare a comportamentului cuiva, descrieţi-i persoanei respective comportamentul şi apoi precizaţi cum l-aţi interpretat. De exemplu: „Tremuri. Pari foarte enervat". 2. Întrebaţi persoana respectivă dacă interpretarea dumneavoastră este corectă. Dacă lucrurile stau astfel, cealaltă persoană de obicei va confirma. Dacă nu este aşa, va urma de obicei interpretarea corectă („Nu, mi-e doar frig").	1. Cînd întîlniţi un comportament ambiguu, formulaţi-vă interpretarea, dar nu uitaţi că aceasta ar putea fi incorectă. 2. Dacă vi se pare adecvat, întrebaţi-o pe cealaltă persoană dacă i-aţi interpretat corect comportamentul. 3. După cîteva săptămîni, observaţi în ce cazuri interpretările dumneavoastră au fost adecvate şi în ce cazuri nu. Redactaţi o scurtă notă de tip jurnal, reflectînd asupra diferenţelor dintre interpretările reuşite şi cele nereuşite.

ANALIZAŢI: ***În cazurile în care aţi interpretat incorect comportamentul, ce informaţii relevante aţi ignorat, în formularea interpretării?***

În funcţie de relaţia cu Min, ea se poate simţi confortabil spunîndu-vă ce a simţit: „Da, sînt furioasă pe el!", sau şi-ar putea minimaliza sentimentele, dacă nu se simte confortabil împărtăşindu-le cu dumneavoastră: „Sînt doar puţin supărată din cauză că nu am fost promovată, asta-i tot". Dacă percepţia dumneavoastră este greşită, este posibil ca ea să spună: „Nu, nu sînt deloc supărată pe Dmitri; de ce crezi asta?". Ar putea chiar opta să nu răspundă la întrebare: „Te rog să mă laşi în pace puţin". Prin urmare, verificarea directă a percepţiilor este cel mai utilă cînd abordaţi persoane dispuse fie să vă confirme percepţiile, fie să le corecteze. Puteţi afla mai multe despre verificarea directă a percepţiilor prin intermediul casetei „Aveţi aptitudini?".

În schimb, *verificarea indirectă a percepţiilor* implică ascultarea şi observarea, pentru a afla informaţii suplimentare despre situaţie. În loc să o întrebaţi pe Min dacă este supărată, de exemplu, îi puteţi observa expresiile faciale, puteţi asculta cum vorbeşte cu alţii şi îi puteţi analiza limbajul trupului cînd se află în preajma lui Dmitri. Dacă observaţi că Min se comportă şi vorbeşte ca şi cum ar fi supărată, observaţia respectivă vă conferă o încredere sporită în acurateţea percepţiei dumneavoastră. Dacă ea pare să interacţioneze cu Dmitri în mod calm, relaxat, această observaţie ar putea sugera că percepţia dumneavoastră a fost deplasată.

Nici percepţia directă, nici cea indirectă nu vă vor oferi de fiecare dată rezultate indubitabile. După cum am observat, este util să-i întrebăm direct pe oameni dacă percepţiile noastre sînt corecte doar dacă persoanele respective sînt dispuse să ne spună acest lucru. Şi verificarea

indirectă a percepţiilor poate da rezultate eronate. deoarece percepţia dumneavoastră inițį („Min este nervoasă") vă poate determina să acordaţi atenţie doar indiciilor care consolide concepţia respectivă. De exemplu, puteţi observa tonul su rat al vocii lui Min fără să observaţi totodată că expr ei facială pare calmă. Un alt risc asociat cu verifica indirectă a percepţiilor este posibilitatea de a acorda ate informaţiilor nerelevante. De exemplu, pentru a stabili d Min este nervoasă, puteţi observa atent modul în care ş la birou şi cum îi priveşte pe ceilalţi, chiar dacă respectivele comportamente pot să nu fie afec de emoţiile ei.

Subiect de discuţie: Subliniaţi ideea că a avea mai multe informaţii despre o situaţie nu îmbunătăţeşte neapărat justeţea percepţiilor cuiva. Studenţii tind să considere că această idee contrazice logica.

Deşi aţi putea crede că aflarea mai multor informaţii vă va ajuta întotdeauna să fa percepţii mai juste, există situaţii în care a dispune de mai multe informaţii vă determină aveţi percepţii *mai puţin* juste. Din aceste motive, adesea este în interesul dumneavoastră apelaţi atît la verificarea directă, cît şi la verificarea indirectă a percepţiilor, astfel încît fiec strategie să poată compensa deficienţele celeilalte.

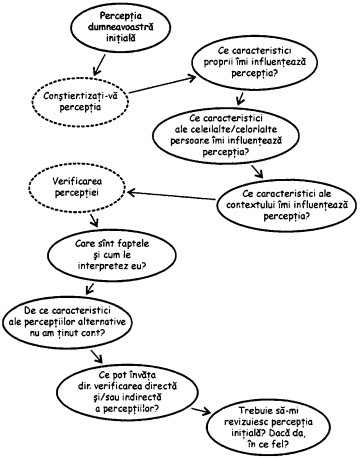


Figura 4.3. Perfecţionarea capacităţii perceptuale. Perfecţionarea capacităţii perceptuale impl două etape. În primul rînd, trebuie să vă identificaţi percepţia iniţială, explorînd caracteristici dumneavoastră, ale celeilalte persoane şi ale contextului situaţiei care vă poate influenţa percep Apoi trebuie să vă verificaţi percepţia, luînd în calcul care elemente sînt realiste şi care interpretati precum şi posibilitatea percepţiilor alternative.

Procesul verificării percepţiei vă va spori încrederea în acurateţea percepţiilor dumn voastră, în unele cazuri, iar în alte cazuri vă va da motive să vi le puneţi la îndoială. Ulti

etapă a îmbunătăţirii capacităţii dumneavoastră perceptuale constă în utilizarea acestor informaţii prin reanalizarea percepţiilor şi revizuirea lor, dacă este necesar.

REVIZUIŢI-VĂ PERCEPŢIILE, DACĂ ESTE NECESAR. Persoanele care comunică bine folosesc ceea ce află prin intermediul verificării percepţiilor pentru a-şi modifica percepţiile privind o anumită situaţie. Uneori vă veţi da seama că percepţiile dumneavoastră au fost corecte încă de la început. Alteori veţi realiza că nu erau juste, dintr-unul dintre motivele pe care le-am discutat: (1) erau limitate de anumite caracteristici ale dumneavoastră, ale persoanelor implicate sau ale situaţiei; (2) aţi confundat realităţile cu interpretările sau (3) nu aţi luat în calcul nici o interpretare alternativă. Ca exemplu, poate că aţi perceput iniţial că Min era nesinceră şi răzbunătoare, dar, după ce aţi analizat mai atent situaţia, aţi descoperit că Dmitri a hărţuit-o de fapt pe Min. Cînd rezultatele verificării percepţiei vă dau motive să credeţi că percepţiile dumneavoastră nu sînt corecte, în calitate de comunicator vă revine responsabilitatea de a le revizui.

Exerciţiu de redactare: Pentru a iniţia discuţia, cereţi-le studenţilor să descrie în scris o situaţie în care au revizuit o percepţie pe baza unor informaţii noi pe care le-au obţinut.

Prin urmare, îmbunătăţirea capacităţii perceptuale implică două strategii majore. În primul rînd, trebuie să ţineţi cont de factorii care influenţează percepţia pe care v-o elaboraţi cu privire la o situaţie. În al doilea rînd, trebuie să verificaţi percepţia respectivă, separînd realităţile de interpretări, ţinînd cont de percepţiile alternative, apelînd la verificarea directă şi indirectă a percepţiilor şi revizuindu-vă percepţiile, dacă este necesar. Prin exersare, aceste aptitudini, reprezentate în figura 4.3, vă vor ajuta să vă îmbunătăţiţi percepţiile cu privire la oameni, în contexte interpersonale.

ÎNVĂŢAŢI Ce aspecte care ţin de noi înşine, de persoanele pe care le percepem şi de context ne pot influenţa percepţiile? Prin ce diferă verificarea directă şi indirectă a percepţiei?

APLICAŢI Percepţiile distorsionate sau incorecte reprezintă adesea fundamentul unor situaţii din comedii. Urmăriţi în cîteva zile consecutive comediile dumneavoastră preferate şi fiţi atent la modul în care sînt limitate percepţiile personajelor, cum pot fi percepţiile influenţate de cultură şi cum personajele pot confunda interpretarea cu realitatea. Observarea acestor comportamente la altcineva – chiar şi la personaje de la televizor – ne poate ajuta să le observăm şi la noi înşine.

REFLECTAŢI Cum observaţi că propriile dumneavoastră percepţii sînt limitate? Cînd confundaţi interpretările cu realitatea?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

1. Procesul percepţiei (p. 131)
   - Percepţia interpersonală este procesul prin care asociem semnificaţii persoanelor şi relaţiilor cu care ne confruntăm.
   - Procesul percepţiei include selectarea stimulilor cărora să le acordăm atenţie, organizarea lor în categorii relevante şi interpretarea semnificaţiei lor.
   - Stările şi caracteristicile fiziologice, culturile, subculturile şi rolurile sociale exercită influenţe asupra acurateţei percepţiilor.
2. Influenţe fundamentale în percepţia interpersonală (p. 138)
   - Stereotipizarea este procesul de aplicare a unor generalizări cu privire la un grup unei persoane pe care o percepem ca aparţinînd grupului respectiv.
   - Conform efectului primului, primele noastre impresii sînt mai puternice decît impresiile ulterioare.
   - Conform efectului recentului, cele mai recente impresii pe care ni le-am format vor umbri impresiile anterioare.

- Ansamblul nostru perceptual ne determină să percepem doar ceea ce vrem sau ne așteptăm să percepem.
- Cînd sîntem egocentrici, ne lipsește capacitatea de a adopta perspectiva unei alte persoane.
- Biasurile pozitive ne încurajează să ne axăm pe aspectele pozitive ale unei persoane; biasurile negative ne încurajează să ne axăm pe aspectele sale negative.

3. Cum se explică ceea ce percepem (p. 146)
   - Atribuirile sau explicațiile comportamentelor variază în funcție de locus, stabilitate și controlabilitate.
   - Eroarea atribuirii instrumentale, eroarea fundamentală de atribuire și supraatribuirea reprezintă erori comune de atribuire.
4. Îmbunătățirea abilităților perceptuale (p. 154)
   - Conștientizarea propriilor percepții implică analizarea aspectelor care țin de propria persoană, de alți oameni și de context, care influențează ceea ce percepem.
   - Verificarea acurateței percepțiilor implică separarea interpretărilor de fapte, elaborarea unor percepții alternative, verificarea directă și indirectă a percepțiilor și revizuirea percepțiilor, după cum este necesar.

TERMENI-CHEIE

ansamblu perceptual (p. 142)
atribuire (p. 147)
bias negativ (p. 145)
bias pozitiv (p. 145)
efectul informației primare (p. 140)
efectul informației recente (p. 141)
egocentric (p. 144)
eroare de atribuire instrumentală (p. 149)
eroare fundamentală de atribuire (p. 150)
interpretare (p. 134)
organizare (p. 132)
percepție (p. 131)
percepție interpersonală (p. 131)
selecție (p. 132)
stereotipuri (p. 138)
supraatribuire (p. 153)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. Ce percepții injuste au adesea oamenii cu privire la dumneavoastră? De ce tind oamenii să facă respectivele erori perceptuale? Ce greșeli perceptuale privind alte persoane vă dați seama că faceți?
2. De ce mulți oameni consideră ideea de stereotipizare atît de dezagreabilă?
3. Dacă recunoaștem faptul că percepțiile noastre sînt întotdeauna limitate, ce putem face pentru a ne îmbunătăți modul în care ne elaborăm percepțiile? Cum putem avea percepții *mai puțin* limitate?
3. Care este diferența dintre fapt și interpretare? Cum le puteți diferenția?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. O trăsătură care *nu determină* un anumit stimul să fie selectat cu prioritate de atenția noastră constă în faptul că:
   a. este neașteptat;
   b. este așteptat;
   c. sînteți expus în mod frecvent la el;
   d. are o intensitate sporită.
2. Absența capacității de a adopta perspectiva altei persoane se numește:
   a. egocentrism;
   b. sine;
   c. supraeu;
   d. relativism cultural.

3. Cherie consideră că noul ei partener este perfect, deşi prietenii ei îi sesizează multe defecte. Cherie dă dovadă de
   a. bias negativ;
   b. bias pozitiv;
   c. ansamblu perceptual;
   d. egocentrism.
4. Frankie crede că a fost admis la studii universitare la prima universitate pentru care optase deoarece este un elev bun. Jolie crede că nu a fost admisă la universitatea pentru care optase prima oară pentru că este o elevă dintr-un alt stat. Frankie şi Jolie fac:
   a. supraatribuire;
   b. raţionament atribuţional;
   c. eroarea atribuirii instrumentale;
   d. erori de judecată.
5. Predispoziţia de a percepe doar ceea ce dorim sau ne aşteptăm să percepem este cunoscută sub numele de:
   a. interpretare;
   b. organizare;
   c. atribuire;
   d. ansamblu perceptual.

Completaţi spaţiile goale

6. Prima dintre cele trei etape ale percepţiei este etapa ______.
7. Un ______ este un ansamblu de comportamente aşteptate de la cineva într-o anumită situaţie socială.
8. Conform ______, primele impresii sînt hotărîtoare, deoarece ele dau tonul interacţiunilor viitoare.
9. Conform ______, cele mai recente impresii despre o persoană sînt mai intense decît impresiile anterioare.
10. Evidenţierea a una-două caracteristici ale unei persoane şi atribuirea a tot ceea ce face aceasta caracteristicilor respective se numeşte ______.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (b); 2 (a); 3 (b); 4 (c); 5 (d); Completaţi spaţiile goale: 6 (selecţiei); 7 (rol social); 8 (efectului primului); 9 (efectului recentului); 10 (supraatribuire).

RESURSE

Filme

Crash (*Poveşti din L.A.*, dramă, 2004, 18)

Acest film ilustrează tensiunile alimentate de stereotipuri în rîndul personajelor care trăiesc ia Los Angeles. Intriga portretizează interacţiunile în care sînt implicaţi un regizor afro-american din Los Angeles şi soţia lui, un fierar mexican, un cuplu coreean de vîrstă mijlocie, un procuror alb şi soţia lui, un proprietar persan de magazin, doi hoţi de maşini şi alte personaje, fiecare acţionînd sub imboldul propriilor sale stereotipuri cu privire la etnie, vîrstă şi clasa socială. Filmul constituie o ilustrare impresionantă a uşurinţei cu care punem în practică stereotipuri şi a gradului în care ne pot afecta comportamentul.

Inception (*Începutul*, dramă, 2010 AP-13)

În acest film, Leonardo DiCaprio şi Joseph Gordon-Levitt joacă rolurile unor spioni corporatişti care fură informaţii pătrunzînd în subconştientul victimelor lor. Cînd un client bogat le solicită să introducă o idee în mintea unui competitor, spionii şi complicii săi îi induc victimei un vis adînc care estompează delimitările dintre percepţie şi realitate.

Cărţi şi articole din periodice

Goldstein, E.B. (2007). *Sensation and perception* (ed. a VII-a), Pacific Grove, California: Wadsworth.

Hughes, P.C., Baldwin, J.R. (2002). Communication and stereotypical impressions. *Howard Journal of Communication*, 13, pp. 113-128.

Kellerman, K. (1989). The negativity effect in interaction: It's all in your point of view. *Human Communication Research*, 16, pp. 147-183.

Manusov, V., Harvey, J.H. (eds) (2001). *Attribution, communication behavior, and close relationships*. Cambridge: Cambridge University Press.

Site-uri

https://implicit.harvard.edu/implicit/demo

Acest site descrie Testul Asociaţiei Implicite (Implicit Association Test), o evaluare a prejudecăţilor privitoare la cei din jur, şi vă permite să efectuaţi testul.

http://changingminds.org/explanations/theories/stereotypes.htm

Acest site descrie procesul stereotipizării şi oferă detalii suplimentare nu numai cu privire la modul în care folosim stereotipurile, ci şi despre felul în care ni le putem schimba.

5

Limbajul

Specificul limbajului

Evaluarea forței cuvintelor

Uzul limbajului și abuzul de limbaj

Perfecționarea utilizării limbajului

CUVINTELE POT VINDECA RĂNI VECHI

Cuvintele sincere de căință pot vindeca răni emoționale, pot restabili relații și pot inspira schimbări, chiar și în cazul în care respectivele cuvinte vin la jumătate de secol după un eveniment. Așa s-a întîmplat în cazul lui Elwin Wilson – un alb din sudul SUA – care și-a cerut iertare în 2009 pentru că l-a atacat pe John Lewis – un afro-american – în secțiunea rezervată albilor dintr-o stație de autobuze Greyhound, în 1961. În 2009, Lewis era membru al Camerei Reprezentanților SUA, dar în acea perioadă anterioară fusese un susținător al libertății în mișcarea pentru susținerea egalității rasiale condusă de Martin Luther King Jr., iar Wilson fusese un tînăr ce se opunea agresiv integrării rasiale.

După alegerea lui Barack Obama ca președinte, în 2008, Wilson a demarat o campanie personală pentru a-și cere scuze față de cei cărora le greșise. Cînd Wilson s-a reîntîlnit cu congresmanul Lewis, acesta a spus:

> Faptul că ați venit astăzi aici este uimitor pentru mine, este ireal, incredibil. Poate, pur și simplu, și alții vor ieși în față, pentru că este nevoie de această vindecare. Mă bucur să te văd, prietene.

Găsirea cuvîntului potrivit poate fi dificilă în cele mai obișnuite circumstanțe, cu atît mai mult în cele ieșite din comun. Este posibil să nu știm întotdeauna ce să spunem pentru a face o persoană să se simtă alinată, informată, amuzată, motivată sau convinsă. Totuși, dacă știm să folosim limbajul în mod adecvat, îl putem utiliza pentru a ne atinge aceste scopuri în relațiile personale – și în multe alte scopuri.

1. Specificul limbajului

Multe specii comunică într-o formă sau alta, dar oamenii sînt singurele ființe de pe planetă care folosesc limbajul. Deși majoritatea ne-am născut cu abilități verbale, trebuie să învățăm limbajele pe care le folosim ; și, ca majoritatea aptitudinilor învățate, capacitățile noastre lingvistice se îmbunătățesc pe măsură ce le exersăm și învățăm despre ele.

Subiect de discuție: Observația că oamenii sînt singura specie care folosește limbajul poate cauza confuzie, deoarece multe specii folosesc zgomote pentru a comunica, iar aceste zgomote pot fi interpretate cu ușurință drept limbaj. Zgomotele și strigătele animalelor au cu siguranță rol comunicativ, dar nu reprezintă un limbaj, din punct de vedere tehnic, deoarece nu au structura și regulile ce caracterizează limbajul.

În relatarea de la începutul acestui capitol, Elwin Wilson își comunica scuzele sale sincere membrului Camerei Reprezentanților, John Lewis, prin cuvinte. Asemenea lui Wilson, folosim limbajul ca modalitate de a ne reprezenta sau simboliza gîndurile și sentimentele.

Putem înțelege **limbajul** drept un sistem structurat de simboluri folosit pentru a comunica semnificații. Mulți oameni de știință cred că limbajul a evoluat din utilizarea anterioară de oameni a gesturilor pentru a comunica[1]. De exemplu, mulți dintre noi întindem mîinille cînd cerem ceva. Avem în comun acest gest cu alte primate, ca, de exemplu, cimpanzeii. Totuși, creierul uman pare să aibă o capacitate specifică pentru a învăța și a utiliza limbajul, pe care alte specii nu o posedă. Cercetătorii din domeniul biolingvisticii au emis ipoteza conform căreia capacitatea cognitivă superioară le-a permis oamenilor să elaboreze sistemul simbolic pe care îl numim limbaj[2].

➲ **limbaj** Sistem structurat de simboluri folosit pentru a comunica semnificații.

Probabil că vă puteți gîndi la multe comportamente și elemente ce reprezintă sau simbolizează anumite tipuri de înțeles. De exemplu, un zîmbet simbolizează adesea fericirea ; lumina roșie a semaforului simbolizează necesitatea de a opri. De asemenea, multe gesturi au și înțeles simbolic, reprezentînd un anumit concept sau o idee. De exemplu, probabil că faceți din mînă în semn de „Salut" sau ridicați din umeri pentru a spune „Nu știu". În mod semnificativ, deși luminile semaforului, gesturile și expresiile faciale simbolizează toate înțelesuri, nici unul dintre aceste comportamente sau elemente nu se califică drept limbaj. În schimb, limbajul este caracterizat prin utilizarea unui anumit tip de simboluri : cuvintele.

Creierul uman pare să aibă o capacitate deosebită de a învăța și de a folosi limbajul, de care alte specii nu dispun. Scanarea jumătății stîngi a creierului uman evidențiază diversele zone folosite în aspecte privind activitatea limbajului, printre care generarea, auzirea, vederea și pronunțarea cuvintelor.

Cuvintele sînt elementele fundamentale ale comunicării verbale. După cum vom vedea în acest capitol, folosim cuvinte pentru a reprezenta idei, observații, sentimente și gînduri. Cuvintele au o influență profundă asupra modului în care relaționăm cu ceilalți. Un element esențial este faptul că impactul comunicării verbale nu se limitează la cuvintele pe care le rostim, ci include și cuvintele pe care le scriem. Cînd auzim termenul *verbal*, uneori ne gîndim numai la limba vorbită. De fapt, mesajele scrise sînt totodată și verbale, deoarece și ele utilizează cuvinte. Nu uitați acest lucru, în timp ce vom analiza unele dintre cele mai importante trăsături ale limbajului.

Limbajul este simbolic

Limbajul este simbolic. Această afirmaţie înseamnă că fiecare cuvînt reprezintă un anumit obiect sau o idee, dar nu constituie respectivul obiect sau respectiva idee. De exemplu, cuvîntul *şură* reprezintă o structură des folosită pentru a depozita fîn, cereale sau pentru a adăposti vite. Cuvîntul în sine nu constituie acea structură, ci doar o simbolizează. La fel, cuvîntul *cinci* reprezintă o anumită cantitate de ceva anume (cu unu mai mult decît patru şi cu unu mai puţin decît şase), dar cuvîntul în sine nu constituie cantitatea, ci doar o reprezintă.

O modalitate de a înţelege caracterul simbolic al limbajului este să ne amintim că diverse limbi au diverse cuvinte care desemnează acelaşi lucru. De exemplu, cuvîntului românesc *şură* îi corespunde în limba olandeză cuvîntul *schurr*, în portugheză *celeiro*, în coreeană 축사, iar în greacă σιταποθήκη. Acestea sînt simboluri complet diferite, dar toate reprezintă acelaşi obiect sau idee. Dacă ar fi să vă inventaţi o limbă proprie, aţi putea crea orice termen doriţi care să reprezinte conceptul de şură.

Ca ilustrare a modului în care diverse simboluri reprezintă aceeaşi idee, figura 5.1 prezintă cuvîntul *speak* (*a vorbi*) în cinci alfabete diferite. Printre acestea se numără : 1 alfabetul roman, pe care îl cunoaşteţi deja ; 2) alfabetul Braille, constînd din puncte ieşite în relief, folosit de persoanele oarbe pentru a citi şi pentru a scrie ; 3) codul Morse, un sistem de sunete scurte şi lungi, folosit pentru a comunica prin intermediul telegrafului ; 4) limbajul american al semnelor, un sistem de gesturi şi limbaj corporal folosit pentru a comunica cu persoanele cu deficienţe de auz ; 5 sistemul stenografic al lui Gregg, un alfabet simbolic folosit pentru a lua notiţe rapid. Observaţi cît de diferite par aceste simboluri, deşi toate simbolizează aceeaşi idee.

Am observat în capitolul 1 că semnificaţia cuvintelor – ce anume simbolizează ele – se poate modifica în timp. De exemplu, cuvîntul englezesc *awful* (*îngrozitor*) însemna mai demult *full of awe* (*impresionant*), iar *neck* (*gît*) avea semnificaţia *o bucată de teren* (ca în expresia *my neck of the woods – bucata mea de pădure*). Aceşti termeni simbolizează în prezent ceva diferit şi este foarte posibil să ajungă să reprezinte altceva în viitor. Acest exemplu ilustrează ideea importantă că specificul simbolic al limbajului nu este niciodată static, ci limbajul se schimbă şi evoluează, pe măsură ce cuvintele capătă semnificaţii noi.

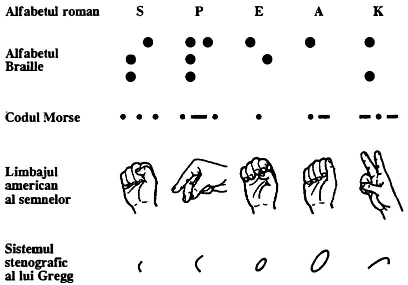


Figura 5.1. Supă de alfabete. Multe tipuri de limbaj au alfabete proprii. Iată cuvîntul *speak* (*a vorbi*) reprezentat în cinci sisteme diferite de limbaj.

Limbajul este (predominant) arbitrar

De ce simbolizează cuvintele anumite lucruri? În cea mai mare parte, cuvintele au doar o conexiune arbitrară cu semnificaţiile lor[3]. Gîndiţi-vă la cuvîntul *maşină*. Cuvîntul nu seamănă cu o maşină, nici nu scoate sunetele pe care le emite o maşină, aşa că de ce ne duce cu gîndul la o maşină? Singurul motiv este faptul că vorbitorii de limbă română au că ut de acord că acest cuvînt, *maşină*, are această semnificaţie anume. Am fi putut la fel de bine să desemnăm maşinile prin cuvintele „prastocl" sau „tresc" sau „croscolet". Aceste cuvinte nu înseamnă nimic, dar ar fi însemnat, dacă le-am fi asociat un înţeles. Ideea este că aproape toate cuvintele au o semnificaţie arbitrară: cuvintele înseamnă orice alegem noi, utilizatorii limbajului, să însemne.

Limbajul poate fi arbitrar tocmai pentru că este simbolic. După cum am văzut mai devreme, cuvintele pot simboliza doar înţelesul lor; ele nu constituie singure semnificaţia. Din acest motiv, putem atribui aproape oricărui cuvînt un anumit înţeles, astfel încît conexiunea dintre limbaj şi semnificaţie este arbitrară.

O excepţie majoră de la această regulă sînt **onomatopeele**, cuvinte formate prin imitarea sunetului asociat cu înţelesul său. Cuvinte precum *bîzz*, *miau*, *pleosc* şi *clic* sînt toate onomatopee, deoarece sonoritatea lor le reflectă semnificaţia. Din acest motiv, putem afirma că aceste tipuri de cuvinte au o conexiune *iconică* cu semnificaţia lor – cu alte cuvinte, constituie un icon sau o reprezentare a semnificaţiei pe care o simbolizează – mai degrabă decît a uneia arbitrare.

Trebuie totuşi să observăm că pînă şi onomatopeele variază de la o limbă la altă. Pentru un vorbitor american de limbă engleză, un cîine face „bowwow", dar pentru un indonezian acesta face „gong gong". Din perspectiva unui vorbitor de limbă engleză, oaia face „baa", dar pentru un vorbitor de limbă navajo ea face „me'e'e". Zgomotul unei împuşcături este „bang" în Statele Unite, dar „pum" în spaniolă", „peng" în germană şi „pan" în franceză[4].

onomatopee Cuvînt format prin imitarea sunetului asociat cu semnificaţia sa.

În viaţa de zi cu zi: Achiziţia limbajului la începutul vieţii ilustrează caracterul arbitrar al acestuia. Înainte de a rosti cuvinte, copiii emit multe sunete vocale, majoritatea acestora neavînd semnificaţii anume. Adesea, primul „cuvînt" spus de un copil este pur şi simplu unul dintre acele sunete care se întîmplă să corespundă cu o anumită semnificaţie în limbajul părinţilor. Un copil poate spune „mama", iar părinţii îl consideră un cuvînt. Totuşi, dacă spune „gaga", nu îl consideră un cuvînt, deoarece *mama* are un anumit sens predefinit, însă *gaga* nu are; este însă foarte posibil ca acel copil să nu le diferenţieze deloc.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să scrie 10-12 cuvinte onomatopeice, înainte de a purta discuţii referitoare la această secţiune, astfel încît să aibă un element de referinţă pentru a învăţa despre onomatopee.

Limbajul este guvernat de reguli

Am afirmat că limbajul este simbolic şi că semnificaţia majorităţii cuvintelor este arbitrară. Această afirmaţie duce la o întrebare evidentă: cum anume ne înţelegem unii pe alţii? Răspunsul este că toate limbile sînt guvernate de reguli.

Chiar dacă nu puteţi preciza toate regulile limbii dumneavoastră materne, în general observaţi cînd sînt încălcate. De exemplu, pentru un vorbitor nativ de limba română, afirmaţia „Am umplut cada cu apă" sună corect, dar propoziţia „Am umplut apă în cadă" nu. Chiar dacă nu sînteţi prea siguri de ce a doua propoziţie sună greşit, recunoaşteţi probabil acest fapt. La fel, cînd învăţaţi o limbă nouă, nu învăţaţi doar cuvintele, ci şi regulile pentru combinarea cuvintelor pentru a transmite semnificaţii.

Subiect de discuţie: Folosind exemplul limbajului american al semnelor, remarcaţi că o anumită expresie facială (semănînd cu o încruntare, cu sprîncenele ridicate), trebuie să însoţească semnul pentru „tu – nume – cum", pentru a indica faptul că este o întrebare. Fără acea expresie facială, se transmite o afirmaţie, nu se adresează o întrebare.

Cercetătorii diferenţiază patru tipuri de reguli de limbaj:

- *Reguli fonologice*, privitoare la pronunţarea corectă a unui cuvînt, care variază de la o limbă la alta. De exemplu, dacă vorbiţi limba franceză, ştiţi că modalitatea adecvată de a

pronunța cuvîntul *travail* este „tra-VAI". În schimb, conform regulilor fonologice englezești, cuvîntul pare că ar trebui pronunțat „tra-VEIL".

- *Regulile sintactice* guvernează ordinea cuvintelor în propoziții. Întrebarea „Cum te numești?" are logică pentru un vorbitor de limba română, deoarece cuvintele sînt în ordinea corectă. Dacă am adresa aceeași întrebare în limbajul semnelor, am folosi semnele „tu-nume-care?". Ordinea „care-tu-nume?" este incorectă.
- *Regulile semantice* sînt asociate cu semnificațiile cuvintelor individuale. Aceste semnificații pot fi arbitrare, după cum am văzut, dar vorbitorii unei limbi au căzut de acord cu privire la ele. De exemplu, cînd auziți cuvîntul *mașină*, vă gîndiți la un automobil, nu la o mașină de spălat, nu la un concert rock, nu la un iPad. Există o regulă semantică ce face conexiunea dintre *mașină* și *automobil*, și nu cu celelalte semnificații.
- *Regulile pragmatice* sînt legate de implicațiile sau interpretările afirmațiilor. Gîndiți-vă la sintagma „Încîntat de cunoștință", des folosită de vorbitorii de limba română. În funcție de context și de tonul vocii vorbitorului, puteți crede că acesta chiar se bucură să vă cunoască sau puteți deduce că rostește afirmația doar din politețe. Dacă tonul vorbitorului este sarcastic, puteți deduce chiar că de fapt nu îi face plăcere să vă cunoască. În fiecare dintre cazuri, regulile pragmatice vă determină să trageți concluzia respectivă.

  În secțiunea „Pe scurt" sînt prezentate cele patru tipuri de reguli ale limbajului.

Cînd copiii învață o limbă, ei dobîndesc o cunoaștere intuitivă a regulilor fonologice, sintactice, semantice și pragmatice ale acesteia. Această cunoaștere le permite vorbitorilor nativi ai unei limbi să vorbească și să scrie fluent. În schimb, persoanele care nu cunosc foarte bine o limbă tind să încalce aceste reguli[5].

PE SCURT • REGULILE LIMBAJULUI

Reguli fonologice • Se referă la pronunțarea corectă a cuvintelor
Reguli sintactice • Dictează ordinea corectă a cuvintelor pentru a transmite semnificația intenționată
Reguli semantice • Stabilesc semnificațiile cuvintelor individuale
Reguli pragmatice • Se referă la implicațiile sau interpretările afirmațiilor

Limbajul are semnificații stratificate

➲ **sens denotativ** Înțelesul literal al unui cuvînt sau definiția sa de dicționar.

➲ **sens conotativ** Sensul implicit sau secundar al unui cuvînt, pe lîngă sensul său literal.

Multe cuvinte implică anumite idei care diferă de semnificațiile lor literale. Semnificația literală a unui cuvînt - adică definiția sa de dicționar - se numește **sens denotativ**. Gîndiți-vă la cuvîntul *casă*. Sensul său denotativ este „adăpost folosit ca locuință". Totuși, cînd auziți cuvîntul *casă*, vă gîndiți probabil și la un concept precum „loc unde mă simt în siguranță, acceptat și iubit" sau „spațiu unde sînt liber să fac orice vreau". Acestea sînt exemple de **sensuri conotative** ale cuvîntului, implicațiile pe care le sugerează un cuvînt pe lîngă sensul său literal.

TRIUNGHIUL SEMANTIC. Pentru a ilustra relația dintre cuvinte și sensul lor denotativ și conotativ, psihologii Charles Ogden și profesorul de limba engleză Ivor Richards au elaborat *triunghiul semantic*[6]. Prin cele trei colțuri ale sale, triunghiul semantic ilustrează trei elemente necesare pentru identificarea semnificației în limbaj. Primul element este *simbolul*, cuvîntul comunicat. Al doilea element este *referentul*, sensul denotativ al cuvîntului. Al treilea element este *referința* sau sensul conotativ.

Potrivit triunghiului semantic, dacă mai mulți ascultători aud același cuvînt, ei îi pot atribui același sens denotativ, dar diverse sensuri conotative. De exemplu, dacă spun „eutanasie",

cuvîntul însuşi este simbolul, iar referentul său este moartea asistată medical. Pentru un ascultător, cuvîntul reprezintă o modalitate miloasă de a pune capăt durerii şi suferinţei unei persoane. Pentru o altă persoană, reprezintă o formă de omucidere. Pentru alţi ascultători, cuvîntul poate reprezenta o componentă nefericită – dar uneori justificată – a experienţei morţii. Toate acestea sînt diferenţe sub aspectul referinţei cuvîntului sau a sensului său conotativ, mai degrabă decît sub aspectul sensului denotativ.

Triunghiul semantic prezintă trei elemente necesare pentru identificarea semnificaţiei în limbaj. Primul element este simbolul, *cuvîntul comunicat. De exemplu, simbolul este cuvîntul* casă. *În alt colţ al triunghiului semantic se află* referentul, *sensul denotativ al cuvîntului. În acest caz, în colţul de sus al triunghiului s-ar putea afla o fotografie ce reprezintă sensul literal, denotativ al cuvîntului* casă: *„adăpost folosit ca locuinţă". În cele din urmă, mai există* referinţa, *sensul conotativ al cuvîntului. În colţul din dreapta al triunghiului, sensul conotativ al cuvîntului ar putea fi reprezentat printr-o imagine cu membrii familiei care iau micul dejun în bucătărie.*

Acest exemplu ilustrează ideea esenţială că semnificaţia cuvintelor este situată la nivelul oamenilor care le folosesc şi nu în cuvintele propriu-zise. În consecinţă, oamenii pot folosi un cuvînt precum *eutanasie* pentru a conota o diversitate de semnificaţii diferite. După cum sugerează modelul de comunicare axat pe tranzacţie, prezentat în capitolul 1, majoritatea cuvintelor nu au semnificaţii proprii, ci îşi dobîndesc semnificaţiile prin intermediul interacţiunii sociale a oamenilor care le utilizează.

LIMBAJUL PUTERNIC CONOTATIV. În octombrie 2008, Congresul SUA a adoptat legea stimulării economiei, care îi permitea guvernului federal să achiziţioneze instrumente fiscale aflate în depreciere în valoare de pînă la 700 de miliarde de dolari, ca modalitate de a sprijini economia aflată în dificultate. Legea a generat o mare controversă în rîndul membrilor Congresului şi altor cetăţeni ai SUA, controversă care s-a reflectat în limbajul folosit de oameni pentru a o descrie. Pentru cei care o favorizau, legea stimulării economiei era „un plan de salvare", dar pentru mulţi dintre cei care i s-au opus era o „eliberare pe cauţiune". Ambele sintagme sînt exemple de **limbaj puternic conotativ**, cuvinte cu conotaţii intense pozitive sau negative. Observaţi că „plan de salvare" are o conotaţie pozitivă, deoarece evocă imaginea unui erou care salvează victimele nevinovate ale unei crize. „Eliberare pe cauţiune" are însă o conotaţie negativă, deoarece sugerează – cu resentimente – ajutor oferit oamenilor pentru a-şi rezolva problemele pe care ei înşişi le-au creat.

limbaj puternic conotativ Termeni care includ semnificaţii intens pozitive sau intens negative

În afara sălii de curs: Spuneţi-le studenţilor să adune exemple de limbaj puternic conotativ din editoriale, reclame tipărite sau alte surse mass-media şi să le aducă la curs, ca ilustrare. Limbajul puternic conotativ este deosebit de frecvent în discursurile politice şi în reclame.

Limbajul puternic conotativ reflectă observaţia că denotaţiile şi conotaţiile reprezintă diferite niveluri de semnificaţie. De exemplu, la nivel denotativ, cuvîntul *cancer* se referă la o excrescenţă sau tumoră malignă din corp. Totuşi, pentru mulţi oameni, termenul conotează orice situaţie negativă care se răspîndeşte în mod distructiv. De exemplu, puteţi auzi pe cineva descriind o stare precum sărăcia sau bigotismul drept „un cancer al societăţii". Acest exemplu ilustrează faptul că oamenii pot folosi cuvîntul *cancer* drept un termen conotat, cînd vor să evoce sentimente de teamă, dezgust sau mînie din partea ascultătorilor. De asemenea, oamenii pot folosi cuvinte conotate pentru a evoca emoţii pozitive. Termeni precum *pace*, *familie* şi *libertate* au conotaţii emoţionale pozitie, deşi semnificaţiile lor denotative sînt de obicei neutre[7].

Claritatea limbajului variază

Josh îl duce cu maşina pe fratele său, Jeremy, la întîlnirea cu un medic nou, iar Jeremy ştie unde trebuie să ajungă. Cînd se apropie de o intersecţie, au următoarea conversaţie:

Josh: La următorul semafor trebuie să o iau la stînga, nu-i aşa?
Jeremy: *Right* (în limba engleză – „corect", „la dreapta").

Unele cuvinte precum mamă și căsătorie au conotații emoționale pozitive, deși semnificațiile lor denotative sînt neutre. Un termen precum căsătorie generează controverse în rîndul unor grupuri de oameni, cînd este folosit cu privire la cupluri de același sex.

limbaj ambiguu Limbaj care are mai multe semnificații posibile.

În ce parte trebuie să o ia Jeremy? Cînd Jeremy a răspuns la întrebarea lui Josh prin cuvîntul *right*, spunea că Josh are dreptate bănuind că trebuie să o ia la stînga sau îl corecta pe Josh, spunîndu-i să o ia la dreapta? Nu știm cu siguranță, deoarece Jeremy a folosit **limbajul ambiguu**, făcînd o afirmație pe care o putem interpreta ca avînd mai mult de un singur înțeles. Replica lui Jeremy a fost ambiguă, deoarece cuvîntul *right* poate însemna în această situație fie „corect", fie „la dreapta".

O anumită doză de ambiguitate este inerentă în limbajul nostru. De fapt, conform *Oxford English Dictionary* (*OED*), cele 500 de cuvinte folosite cel mai frecvent în limba engleză au o medie de cîte 23 de sensuri fiecare. Cuvîntul *set* are atît de multe înțelesuri – aproape 200, mai mult decît orice alt cuvînt englezesc – încît *OED* folosește 60.000 de cuvinte pentru a-l defini![8]

Subiect de discuție: Ediția din 2007 a *Oxford English Dictionary* a inclus 2.700 de cuvinte noi. Printre acestea se numără *hoodie*, desemnînd un hanorac cu glugă; *mentee*, adică o persoană sfătuită de un mentor și *upskillig*, adică a-l învăța pe un angajat aptitudini noi.

Un motiv pentru care claritatea limbajului variază este faptul că unele cuvinte au semnificații mai concrete decît altele. Un cuvînt *concret* se referă la un anumit obiect din realitatea fizică, de exemplu, un anumit laptop, un anumit restaurant sau o persoană. În schimb, un cuvînt *abstract* desemnează o categorie mai amplă sau un concept sub care sînt organizate mai multe obiecte. Conform profesorului de limba engleză Samuel Hayakawa, cuvintele pot fi ordonate de-a lungul unei „scări a abstracției" care le arată progresul de la semnificații abstracte la semnificații concrete[9].

De exemplu, pe o scară a abstracției, la baza scării se poate afla o referire la toate ființele vii, care constituie o categorie amplă, abstractă. Mergînd în sus, conceptele devin tot mai concrete, referindu-se la toate animalele, apoi la toate mamiferele, la toate primatele, la toți *homo sapiens* și la toți bărbații, iar apoi se ajunge la cea mai concretă referire la o anumită persoană.

Limbajul este strîns legat de context și de cultură

În cele din urmă, semnificația în limbaj este influențată de contextul social și cultural în care este utilizat acesta. Societățile și culturile diferă în multe moduri, inclusiv din perspectiva gradului de individualism și a utilizării codurilor de comunicare. Multe dintre aceste diferențe se reflectă în mesajele verbale ale oamenilor. De exemplu, cînd auziți pe cineva spunînd „Îl caut pe cel mai bun", auziți un mesaj foarte egocentric care ar fi mai puțin frecvent într-o societate colectivistă decît într-una individualistă. De fapt, un proverb japonez spune: „Cuiul care iese în afară este bătut pînă intră", care reflectă cultura colectivistă a acestei națiuni[10].

Studiile arată că, la persoanele care vorbesc mai multe limbi, alegerea limbii le poate influența percepțiile[11]. De exemplu, cînd efectuau un test despre valori, studenții din Hong Kong și-au dezvăluit aprecierea pentru mai multe valori tradiționale chinezești cînd au vorbit în dialectul cantonez decît cînd au vorbit în limba engleză. Atît studenții evrei, cît și cei arabi din Israel se descriu ca fiind mai diferiți de străini cînd vorbesc în limbile lor materne decît cînd vorbesc limba engleză. Deoarece fiecare limbă este distinctă, cea pe care o folosim ne determină să vedem lumea într-un anumit fel.

De fapt, ideea că limbajul ne modelează perceperea realității a fost propusă de antropologul Edward Sapir și de lingvistul Benjamin Whorf în așa-numita **ipoteză Sapir-Whorf**. Ideea lor era că limba influențează modurile în care văd lumea membrii unei culturi – și că atitudinile și comportamentele oamenilor care aparțin unei culturi se reflectă în limbajul lor[12].

ipoteza Sapir-Whorf Ideea că limba influențează modurile în care membrii unei culturi percep lumea și emit reflecții despre ea.

Ipoteza Sapir-Whorf înglobează două principii distincte. Primul, numit *determinism lingvistic*, sugerează că structura limbii determină modul în care gîndim. Cu alte cuvinte, putem concepe ceva doar dacă avem în vocabularul nostru un termen asociat respectivei noţiuni[13]. De exemplu, imaginaţi-vă o limbă care nu are nici un cuvînt pentru a descrie sentimentul de invidie. Conform principiului determinismului lingvistic, oamenii care vorbesc limba respectivă nu ar simţi invidie, deoarece experienţele lor în ceea ce priveşte lumea ar fi limitate la ceea ce limbajul lor le permite să comunice.

Al doilea principiu, cel al *relativităţii lingvistice*, sugerează că, deoarece limbajul ne determină percepţiile privind realitatea, oamenii care vorbesc limbi diferite percep lumea în mod diferit. De exemplu, în studiul său, Whorf a descoperit că limbajul indienilor hopi nu face nici o distincţie între substantive şi verbe. În timp ce englezii folosesc substantivele pentru a face referire la lucruri, iar verbele pentru a face referire la acţiuni, limbajul indienilor hopi descrie aproape orice drept o acţiune sau un proces. Prin urmare, în comparaţie cu vorbitorii de limbă engleză, indienii hopi tind să vadă lumea ca fiind în continuă mişcare[14].

ÎNVĂŢAŢI Ce înseamnă că limbajul este simbolic? În ce mod onomatopeele constituie o excepţie de la regula conform căreia limbajul este arbitrar? Prin ce diferă regulile sintactice de regulile semantice? Descrieţi diferenţa dintre sensul denotativ al unui cuvînt şi sensul său conotativ. Cînd un cuvînt sau o sintagmă este ambiguă? Care este ipoteza Sapir-Whorf?

APLICAŢI Pentru a observa cum evoluează limbajul, inventaţi un cuvînt sau o expresie. Elaboraţi o definiţie corespunzătoare şi începeţi să-l folosiţi în conversaţiile zilnice cu prietenii dumneavoastră. Observaţi cît de bine este asimilat cuvîntul sau sintagma şi dacă prietenii dumneavoastră încep să-l folosească în conversaţiile lor.

REFLECTAŢI În ce fel utilizarea limbajului este influenţată de cultură? Unde aţi învăţat toate regulile asociate cu limba dumneavoastră maternă?

Ipoteza Sapir-Whorf este incitantă, dar oare este adevărată? Vom analiza unele dovezi în caseta „Realitate sau ficţiune?".

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Limbajul determină semnificaţiile la care ne putem gîndi

Conform ipotezei Sapir-Whorf, dacă nu avem un cuvînt pentru un anumit concept, nu putem trăi experienţa acestuia. De asemenea, ea mai postulează că oamenii care vorbesc limbi diferite percep lumea în mod diferit, din cauza deosebirilor dintre limbile lor. Aceste idei sînt realităţi sau ficţiuni?

Este greu de stabilit cu certitudine, însă ipoteza Sapir-Whorf a fost amplu criticată de cercetători. I se aduc frecvent trei obiecţii.

Prima obiecţie se axează pe relaţia cauză-efect dintre limbă şi gîndire. Ipoteza Sapir-Whorf propune că limba modelează şi constrînge modul în care gîndim. Totuşi, este la fel de posibil ca gîndurile noastre să modeleze şi să constrîngă limbajul. De exemplu, un creator de modă experimentat s-ar putea uita la patru sacouri şi le-ar desemna culorile drept „stacojiu", „rubiniu", „cărămiziu" şi „vermilion". Dumneavoastră puteţi vedea aceleaşi sacouri, declarîndu-le pe toate ca fiind „roşii". Creatorul de modă consideră că acele patru culori sînt diferite din cauză că dispune de mai mulţi termeni pentru ele decît dumneavoastră sau dispune de mai mulţi termeni pentru că are mai multă experienţă în găsirea diferenţelor dintre culori? Este greu de stabilit clar, însă ambele idei sînt posibile.

În al doilea rînd, chiar dacă oamenii nu au un anumit cuvînt pentru o anumită experienţă, ca, de exemplu, stresul de a încerca să vorbiţi o limbă străină, nu înseamnă neapărat că nu au experienţa respectivă. Poate că vă amintiţi stresul asociat cu învăţarea unei alte limbi, deşi nu aveţi un termen specific pentru această experienţă.

În cele din urmă, după cum a arătat lingvistul Steven Pinker, chiar şi oamenii care nu învaţă să folosească o limbă, poate din cauza unor deficienţe mintale sau cognitive, sînt capabili să gîndească,

să numere și să interacționeze cu alții. Nu ar fi capabili să facă aceste lucruri dacă limbajul ar determina gîndirea.

Aceste critici nu înseamnă neapărat că ipoteza Sapir-Whorf este complet greșită. Totuși, ele sugerează că limbajul nu modelează și nu constrînge modalitățile noastre de a gîndi chiar în măsura în care credeau Sapir și Whorf.

Întrebați-vă

- Ce părere ați avut despre ipoteza Sapir-Whorf cînd ați citit prima oară despre ea? Vi s-a părut rezonabilă sau nerezonabilă?
- Gîndiți numai în cuvinte? Gîndiți vreodată în numere, culori sau sunete? Dacă nu ați ști nici o limbă, nu ați dispune de capacitatea de a gîndi?

Sursa: Pinker, S. (1994). *The Language Instinct*. New York: Harper Collins.

2. Evaluarea forței cuvintelor

Scriitorul britanic Rudyard Kipling, autorul *Cărții junglei*, a numit cîndva cuvintele „cel mai puternic drog folosit de umanitate". Ca să înțelegeți ce vrea să spună, gîndiți-vă cum vă simțiți cînd o persoană pe care o iubiți își exprimă afecțiunea față de dumneavoastră, cînd ascultați un discurs al unui politician pe care nu-l puteți suferi sau cînd consolați un prieten care suferă. Cuvintele pot într-adevăr să schimbe ziua unei persoane – sau chiar viața – în moduri pozitive sau negative.

S-au scris cărți întregi despre puterea limbajului. Ne vom concentra asupra a cinci contexte importante în care cuvintele au o putere deosebită: numele, convingerea, credibilitatea și puterea, afecțiunea și consolarea.

Numele ne definește și ne diferențiază

În viața de zi cu zi: Asociem atît de intens numele oamenilor cu identitățile lor, încît ne este greu să ne adaptăm cînd o persoană cunoscută își schimbă numele. Numele de familie se poate schimba din cauza căsătoriei, a divorțului, adopției sau din motive profesionale. Oamenii își mai pot schimba prenumele în mod legal sau în practică (de exemplu, „Mi-ar plăcea să mi se spună Thomas în loc de Tommy").

Subiect de discuție: Întrebați cîți dintre studenții dumneavoastră au fost numiți după cineva (fie primul prenume, fie al doilea). Dintre aceștia, cîți au fost numiți după o rudă? După un părinte? După un bunic, unchi sau mătușă? Numirea unui copil după altcineva este o practică obișnuită în întreaga lume.

Ce anume vă aparține, dar este folosit în mod constant de alții? Răspunsul este *numele dumneavoastră*.

Un nume este pur și simplu un instrument lingvistic care identifică ceva sau pe cineva. Totuși, numele dumneavoastră nu vă diferențiază doar de ceilalți – el constituie totodată și o componentă importantă a sentimentului sinelui. Din perspectiva comunicării interpersonale, numirea este o modalitate prin care ne reprezentăm în fața altora și prin care aflăm informații despre alți oameni. Vom analiza relația dintre nume și identitate și cîteva moduri obișnuite de stabilire a numelor.

NUMIREA ȘI IDENTITATEA. După cum am observat într-un capitol anterior, primele impresii sînt adesea esențiale pentru percepția pe care ne-o creăm cu privire la cineva. Deși impresiile sînt influențate de factori precum înfățișarea sau comportamentele celorlalți, ele pot fi modelate totodată și de nume. De exemplu, numele de botez al unei persoane sugerează adesea informații cu privire la caracteristicile demografice ale persoanei respective. O astfel de caracteristică este sexul unei persoane. De exemplu, în societățile occidentale, de obicei dăm nume precum Jacob, Michael și Caleb doar persoanelor de sex masculin, iar nume precum Emma, Savannah sau Nicole doar persoanelor de sex feminin.

De asemenea, numele pot oferi indicii cu privire la etnia unei persoane. De exemplu, puteţi deduce că LaKeisha este afro-americană, Huong este asiatic, iar Santiago este hispanic. Unele nume sugerează chiar grupa de vîrstă în care se încadrează o persoană, aşa că puteţi presupune că Emily şi Hannah sînt mai tinere decît Edna, Mildred şi Bertha.

Pe lîngă informaţiile demografice, numele mai pot sugera informaţii despre dispoziţia noastră şi despre sentimentul sinelui. De exemplu, putem percepe în mod diferit un adult cu numele William, faţă de un adult cu numele Billy, deşi acestea sînt două variante ale aceluiaşi nume. Într-adevăr, studiile arată că facem presupuneri – juste sau nu – cu privire la oameni, pe baza numelor lor[15].

Subiect de discuţie: Întrebaţi-vă studenţii cîţi dintre ei folosesc pseudonime sau adrese de e-mail diferite de nume, în scopuri diferite.

De exemplu, într-un studiu, oamenii au evoluat mai apreciativ bărbaţii cu numele David, Jon, Joshua şi Gregory decît bărbaţii cu numele Oswald, Myron, Reginald şi Edmund, deşi nu li s-a oferit nici o altă informaţie despre bărbaţi, cu excepţia numelor lor[16]. Alte studii au arătat că persoanele ale căror nume de familie sugerează o etnie nonalbă sînt uneori discriminate[17] doar pe baza numelui lor.

PRACTICI DE STABILIRE A NUMELUI. În Statele Unite, Administraţia Securităţii Sociale (Social Security Administration) monitorizează cele mai populare prenume atribuite nou-născuţilor în întreaga ţară. Anumite nume au rămas la modă mult timp. De exemplu, începînd cu 1880, Mary şi John au fost cele mai populare nume feminine şi masculine în fiecare an, pînă în 1926, cînd Robert a trecut pe primul loc, la băieţi. Mary a dominat lista pînă în 1947, cînd a fost înlocuit de Linda. Totuşi, pe măsură ce vremurile s-au schimbat, s-au modificat şi preferinţele legate de nume. În 1985, Jessica şi Michael erau cele mai preferate nume. În 2010, în capul listei s-au aflat Sophia şi Aiden[18]. În tabelul 5.1 se găsesc cele mai populare prenume începînd cu 1900.

Tabelul 5.1. Nume populare în ultimul secol

An	Cele mai frecvente nume de băieţi	Cele mai frecvente nume de fete
2010	Aiden, Jacob, Jackson	Sophia, Isabella, Olivia
1975	Michael, Jason, Cristopher	Jennifer, Amy, Heather
1950	James, Robert, John	Linda, Mary, Patricia
1925	Robert, John, William	Mary, Dorothy, Betty
1900	John, William, James	Mary, Helen, Anna

De asemenea, practica acordării numelor variază şi în funcţie de cultură şi religie. De exemplu, în comunităţiie predominant catolice din întreaga lume, bărbaţii primesc adesea un al doilea prenume feminin, de exemplu, Marie sau Maria. (În familiile catolice franceze, bărbaţii au adesea un prenume compus, cum ar fi Paul-Marie, pentru a respecta aceeaşi tradiţie.) Aceste practici de acordare a numelor par să reflecte tradiţii culturale, mai degrabă decît anumite doctrine bisericeşti. În rîndul populaţiei sikh din India, băieţii primesc prenumele Singh şi fetele prenumele Kaur, deşi adulţii de ambele sexe au adesea aceste nume ca al doilea prenume. Practica indienilor sikh de a da prenume comune tuturor băieţilor şi fetelor simbolizează abolirea inegalităţilor dintre clase. Copiii amish primesc numele de familie al tatălui şi de obicei au prima literă a numelui de fată al mamei drept al doilea prenume; prin urmare, fiul lui Mary Jacobs va avea drept al doilea prenume litera J (neurmată de punct). Această practică are rolul de a onora atît ascendenţa maternă, cît şi pe cea paternă.

Practicile amish de acordare a numelui onorează atît ascendenţa maternă, cît şi pe cea paternă.

În multe părţi ale lumii există şi tradiţia ca femeile să adopte numele de familie al soţului, cînd se căsătoresc, sau măcar să adauge la numele lor de familie numele acestuia. Prin urmare,

cînd se căsătorește cu George Rogers, Jean Levitt poate deveni Jean Rogers sau Jean Levitt-Rogers. Totodată, ea poate alege să poarte în continuare numele Jean Levitt. Ce factori influențează această decizie?

Într-un studiu efectuat de specialiștii în comunicare Karen Foss și Belle Edson, femeile căsătorite care și-au păstrat numele de familie au declarat că acordă mai multă importanță grijilor lor personale decît relației. În schimb, femeile care au preluat numele de familie al soților au declarat că relația este mai importantă decît preocupările personale. Femeile care au adoptat varianta ambelor nume unite prin cratimă s-au situat la mijloc, acordînd o importanță egală relației și preocupărilor personale[19].

Un alt studiu a confirmat faptul că femeile care își păstrează numele de familie după căsătorie înregistrează un scor mai ridicat decît alte femei la autoevaluarea masculinității și a atitudinilor feministe[20]. Totuși, femeile care își schimbă numele și cele care și-l păstrează nu par să se diferențieze între ele sub aspectul stimei de sine, al autonomiei sau al evaluării raportului de forțe din cadrul căsătoriei[21].

Prin urmare, într-o anumită măsură, numele vă spune povestea. Asemenea hainelor sau tunsorii, el constituie o componentă a felului în care vă prezentați în fața celorlalți și a modului în care ceilalți relaționează cu dumneavoastră.

Folosim cuvintele pentru a convinge

Persuasiunea este procesul prin care îi determinăm pe oameni să gîndească sau să acționeze într-un anumit fel. De fiecare dată cînd urmărim o reclamă TV, cînd citim un panou publicitar sau ascultăm un discurs politic, cineva încearcă să ne influențeze convingerile sau comportamentul. În mare parte, capacitatea noastră de a-i convinge pe ceilalți se bazează pe limbajul pe care îl folosim. Filosoful grec Aristotel (384-322 î.Hr.) a descris trei forme de *dovezi retorice*, adică modalități de a susține un argument persuasiv. El a explicat că mesajele persuasive pot fi susținute prin apeluri la etos, patos și logos.

Să presupunem că vreți să vă convingeți vecinul să accepte propunerea că veți mări taxele pe proprietate, dar veți spori siguranța școlilor din zonă. Care ar fi cîteva modalități prin care i-ați putea solicita sprijinul, încurajîndu-l să fie de acord?

Etica în prim-plan: Practicile de persuasiune fac obiectul multor întrebări referitoare la etică. În opinia unora, orice formă de persuasiune este în principiu lipsită de etică, deoarece are drept scop diminuarea capacității autonome de luare a deciziilor a unei persoane. Alții pot considera această perspectivă naivă și pot argumenta că persuasiunea poate fi utilizată și în scopuri etice, și în scopuri lipsite de etică. Adresați această întrebare studenților, pentru a o discuta.

etos Respectabilitatea, încrederea și caracterul moral pe care le inspiră un vorbitor.

APELUL LA ETOS. Aristotel a recunoscut că, pentru a fi convinși, oamenii trebuie să aibă o opinie pozitivă despre persoana al cărei mesaj îl analizează. În consecință, un vorbitor care pare respectabil și demn de încredere este în general mai convingător decît unul care nu face această impresie[22]. Aristotel a folosit termenul **etos** pentru a descrie respectabilitatea unui vorbitor, încrederea pe care o generează și caracterul moral[23].

Prin urmare, o strategie de a vă convinge vecinul ar fi să faceți apel la cunoștințele și priceperea dumneavoastră în ceea ce privește subiectul respectiv. Vecinul poate fi înclinat să vă accepte opinia cu privire la propunere, dacă opinia dumneavoastră pare mai demnă de încredere și mai bine informată decît a lui. În schimb, dacă descrierea propunerii dă impresia că nu este bine informată, este posibil ca vecinul dumneavoastră să nu o respecte suficient pentru a o găsi convingătoare.

Observați că judecățile despre etos sînt emise întotdeauna de persoanele cu care discutați. Ascultătorii decid ei înșiși cîtă integritate, respectabilitate și încredere inspiră un vorbitor. Prin urmare, vorbitorii care se pricep la persuasiune își conturează și își consolidează etosul, știind că le va amplifica abilitățile persuasive[24].

APELUL LA PATOS. A doua strategie persuasivă constă în apelul la emoţiile oamenilor. Cînd oamenii sînt incitaţi din punct de vedere emoţional, receptivitatea lor la idei noi este amplificată. Aristotel a folosit termenul **patos** pentru a descrie emoţiile ascultătorilor şi a înţeles că emoţia poate fi un instrument persuasiv important.

➲ **patos** Emoţiile ascultătorilor.

Deşi insuflarea practic a oricărei emoţii poate avea potenţial persuasiv, apelurile interpersonale ale oamenilor se axează adesea pe generarea unor emoţii negative - de exemplu, teama, vinovăţia, dezgustul, mînia şi tristeţea -, mai ales cînd rezultatul dorit este o modificare a comportamentului[25]. Motivul este că în general nu ne face plăcere să trăim astfel de emoţii, aşa că sîntem motivaţi să reacţionăm la apelul persuasiv, ca modalitate de a atenua sentimentele respective. Totuşi, unele studii relevă că apelul la emoţii pozitive - de exemplu, bucuria sau recunoştinţa - poate fi mai eficient cînd scopul este modificarea opiniilor cuiva, mai degrabă decît schimbarea comportamentelor sale.

Puteţi folosi apelul emoţional cînd îi cereţi vecinului dumneavoastră să sprijine propunerea privind siguranţa şcolilor. Deoarece scopul dumneavoastră este să-i influenţaţi comportamentul (mai precis, comportamentul de vot), puteţi folosi apelul la teamă, spunîndu-i să-şi imagineze cît de speriat ar fi dacă unul dintre copiii săi ar fi răpit din curtea şcolii. Această teamă l-ar putea motiva să voteze în favoarea propunerii de a amplifica securitatea şcolilor. În tabelul 5.2 găsiţi şi alte exemple de apeluri emoţionale.

Tabelul 5.2. Exemple de apeluri emoţionale

Să presupunem că încercaţi să vă convingeţi mătuşa să renunţe la fumat. Iată cîteva exemple de apeluri la patos pe care le-aţi putea folosi.	
Tipul de apel	**Exemplu de afirmaţie**
Apel la teamă	Mii de oameni mor de cancer la plămîni în fiecare an; tu ai putea fi următoarea.
Apel la vinovăţie	Gîndeşte-te cîtor copii nevinovaţi le faci rău în fiecare zi, prin fumatul pasiv.
Apel la bucurie	Imaginează-ţi cît de veselă ai fi dacă ai scăpa de dependenţa de nicotină.
Apelul la dezgust	Vezi cicatricea aceasta? Aşa arată plămînii tăi acum.
Apelul la ruşine	Cînd fumezi, eşti o ruşine pentru familia ta.
Apelul la mînie	Nu te-ai săturat ca nicotina să-ţi controleze fiecare zi din viaţă?
Apelul la tristeţe	Imaginează-ţi cum ar fi să-ţi iei la revedere de la copiii tăi, pentru că fumatul îţi ia viaţa.

APELUL LA LOGOS. A treia modalitate de a-i convinge pe oameni este a face apel la simţul raţiunii. Dacă o anumită convingere, opinie sau comportament par logice, atunci oamenii vor fi înclinaţi să le adopte, dacă au capacitatea de a face acest lucru. Apelurile la logică nu sînt întotdeauna eficiente, mai ales dacă o anumită forţă - de exemplu, o dependenţă - influenţează comportamentul unei persoane. Totuşi, cînd oamenii sînt liberi să-şi aleagă convingerile, opiniile şi comportamentele, ei sînt convinşi frecvent de un argument foarte logic. Aristotel a folosit termenul **logos** pentru a desemna capacitatea ascultătorilor de a raţiona.

➲ **logos** Capacitatea ascultătorului de a raţiona.

A **raţiona** înseamnă a face judecăţi cu privire la lume pe baza unor dovezi, mai degrabă decît pe baza emoţiilor sau a intuiţiei. Cînd facem apel la logos, formulăm argumente logice care ne sprijină poziţia şi oferim informaţii sau dovezi specifice pentru a consolida argumentele respective. Pentru a ne maximiza eficienţa, încercăm să selectăm argumentele şi dovezile pe care le considerăm cele mai relevante pentru ascultătorii noştri.

➲ **a raţiona** A emite judecăţi cu privire la lume pe baza dovezilor, mai degrabă decît pe baza emoţiilor sau intuiţiei.

Poate că l-ați auzit pe vecinul dumneavoastră plîngîndu-se în trecut despre taxele mari de zona dumneavoastră municipală. Această nemulțumire vă sugerează că nu va fi încîntat de posibilitatea unei majorări a impozitelor. Pentru a-l convinge să sprijine propunerea privind siguranța școlilor, îi puteți explica cum anume majorarea impozitelor va fi contrabalansată de o diminuare a costurilor serviciilor de urgență ale orașului, avînd în vedere faptul că va crește siguranța școlilor. În sprijinul argumentelor dumneavoastră, îi puteți arăta cifre relevante din raportul de audit al statului, publicate în ziarul local. În loc să-i stîrniți emoții sau să consolidați respectul personal pe care vi-l poartă, o astfel de tactică face apel la logica și rațiunea vecinului dumneavoastră. Vă puteți testa capacitatea de a face apel la rațiune prin intermediul casetei „Aveți aptitudini ? ”.

AVEȚI APTITUDINI ?

APELUL LA LOGOS

Folosiți argumente logice pentru a-i convinge pe alții.

Ce ?	De ce ?	Cum ?	Încercați !
Învățați să convingeți utilizînd logica și rațiunea.	Pentru a-i încuraja pe oameni să gîndească sau să acționeze într-un anumit fel, apelînd la rațiunea lor, ca, de exemplu, atunci cînd încercați să convingeți pe cineva să renunțe la un obicei periculos (cum ar fi șofatul în stare de ebrietate) sau să convingeți o persoană să sprijine o cauză pe care o susțineți.	1. Alegeți o persoană pe care vreți să o convingeți și o idee pe care vreți să o adopte. De exemplu, să presupunem că vreți să vă convingeți tatăl să vă plătească studiile în străinătate de vara viitoare. 2. Într-o scrisoare, prezentați două motive clare pentru care persoana respectivă ar trebui să acționeze așa cum îi sugerați. Nu uitați, scopul dumneavoastră este să îi arătați de ce acțiunea sugerată este logică. Prin urmare, asigurați-vă că faceți apel la logică, nu la emoții. 3. Pentru fiecare motiv, oferiți argumente în sprijinul afirmațiilor dumneavoastră. În exemplul cu studiile în străinătate, puteți explica faptul că studiile în străinătate îi ajută pe studenți să obțină slujbe mai bine plătite cînd termină facultatea. Vă puteți argumenta ideea cu ajutorul informațiilor oferite de biroul de studii în străinătate de la instituția dumneavoastră de învățămînt.	1. Redactați scrisoarea persuasivă, dar nu o trimiteți destinatarului, ci arătați-o unui grup mic de colegi de clasă sau profesorului dumneavoastră, pentru a primi feedback în legătură cu modalitățile de a spori caracterul persuasiv al logicii argumentelor. 2. După ce ați primit feedback cu privire la scrisoare, o puteți păstra sau o puteți trimite și veți vedea dacă este convingătoare.

ANALIZAȚI : ***În ce situații apelul la logică este mai convingător decît apelul la emoții?***

Credibilitatea ne conferă putere

Credibilitatea noastră este măsura în care ceilalți ne consideră competenți și demni de încredere. Unii vorbitori au credibilitate în privința anumitor subiecte, datorită pregătirii și specializării lor. Probabil aveți mai multă încredere în sfaturile medicale pe care le auziți de la un medic sau de la o asistentă, de exemplu, decît în cele pe care le auziți de la barmanul de la cafeneaua din vecinătate. Totuși, dacă sfatul se referă la prepararea unui latte foarte bun, probabil veți avea mai multă încredere în

➲ **credibilitate** Măsura în care ceilalți consideră că acțiunile și cuvintele cuiva sînt demne de încredere.

barman decît în medic sau în asistentă. În ambele cazuri, evaluaţi credibilitatea pe baza cunoştinţelor specifice ale vorbitorului.

Puteţi avea impresia că pregătirea şi specializarea îi conferă în mod automat credibilitate unei persoane. De fapt, credibilitatea este o percepţie influenţată nu numai de calificările unei persoane, ci şi de acţiunile şi cuvintele sale. De exemplu, un jurnalist ar putea fi perceput drept foarte credibil, pentru că îşi verifică informaţiile folosind mai multe surse şi prezintă toate opiniile despre o chestiune. Un alt jurnalist cu aceeaşi pregătire poate fi perceput drept mai puţin credibil dacă a comis în trecut erori cu privire la anumite realităţi sau dacă textele sale tind să reflecte o anumită concepţie. Multe persoane publice, de exemplu, politicienii, fac eforturi mari pentru a fi percepuţi drept credibili, ştiind că în caz contrar pot pierde sprijinul publicului.

Limbajul este strîns asociat cu aspecte legate de credibilitate. Indiferent de pregătirea sau de calificările noastre, cuvintele pe care le folosim ne pot prezenta drept încrezători, comunicatori demni de încredere sau ne pot face să părem nesiguri pe noi înşine. În oricare dintre aceste situaţii, capacitatea noastră de a obţine ceea ce dorim din interacţiunile interpersonale este influenţată de capacitatea pe care ne-o conferă utilizarea limbajului.

Clişeele. Unele forme de limbaj au potenţialul fie de a amplifica, fie de a diminua percepţiile privind credibilitatea unei persoane. O practică asociată cu limbajul care ne poate diminua credibilitatea este folosirea *clişeelor* sau a sintagmelor care au fost inedite la un moment dat, dar şi-au pierdut impactul din cauza utilizării prea frecvente. Cînd politicienii vorbesc despre „promisiunea unei schimbări" sau oamenii de afaceri fac referire la „gîndirea neconvenţională", ei îşi pot pierde credibilitatea în faţa ascultătorilor, din cauză că aceste sintagme sînt clişee care îi pot determina pe vorbitori să pară neinformaţi sau străini de subiect.

Dialectele. Oamenii mai pot influenţa felul în care le este percepută credibilitatea folosind anumite *dialecte*, care sînt variaţii ale unei limbi, folosite de oamenii dintr-o anumită regiune sau clasă socială. De exemplu, mulţi americani pot diferenţia un vorbitor din sudul SUA de unul din New England, pe baza cuvintelor pe care le foloseşte. Un vorbitor din sud poate folosi cuvinte specifice dialectului sudic, de exemplu „y'all" în loc de „you all", în timp ce vorbirea din New England poate reflecta dialectul regiunii, de exemplu, prin folosirea sintagmei „wicked good" în loc de „very good".

Conform *teoriei adaptării comunicării*, ne putem spori credibilitatea dacă vorbim într-un dialect familiar publicului[26]. În schimb, cînd folosim un dialect diferit de cel al ascultătorilor noştri, îi putem determina să ne vadă drept străini, iar această percepţie îi poate face să se îndoiască de credibilitatea noastră.

Echivocul. O altă formă de limbaj care influenţează uneori credibilitatea unui vorbitor este *echivocul* sau limbajul care maschează intenţiile reale ale vorbitorului prin intermediul ambiguităţii strategice. Folosim adesea un limbaj echivoc cînd sîntem într-o dilemă, într-o situaţie în care nici una dintre opiniile noastre nu este bună.

De exemplu, să presupunem că vi se cere să daţi o recomandare pentru prietenul dumneavoastră Dylan, care candidează pentru un post în cadrul poliţiei municipale. Sînteţi întrebaţi cît de bine face faţă Dylan la presiuni. Deşi Dylan e prietenul dumneavoastră, vă vin imediat în minte situaţii în care nu a făcut faţă la presiuni foarte bine. Sînteţi în încurcătură. Pe de o parte, vreţi ca Dylan să obţină postul, pentru că vă este prieten. Pe de altă parte, nu vreţi să-l minţiţi pe ofiţerul de poliţie care v-a sunat pentru referinţe.

O serie de studii au relevat că atunci cînd sîntem puşi faţă în faţă cu două opţiuni neatrăgătoare, ca în situaţia de mai sus, folosim adesea un limbaj echivoc, pentru a ieşi din încurcătură[27]. Ca reacţie la întrebarea ofiţerului de poliţie cu privire la cît de bine face faţă

Dylan presiunii, de exemplu, aţi putea răspunde: „Ei bine, depinde, există multe tipuri de presiune". Observaţi că o astfel de afirmaţie nu îi oferă ofiţerului multe informaţii. În schimb, ea ar putea să implice faptul că nu ştiţi cît de bine face faţă Dylan presiunii, dar nu vreţi să recunoaşteţi că nu ştiţi. De asemenea, ar putea implica şi că ştiţi cît de bine face el faţă presiunii, dar nu vreţi să spuneţi. În ambele cazuri, probabil că veţi părea mai puţin credibil decît dacă aţi răspunde direct la întrebare[28].

Subiect de discuţie: Limbajul echivoc ne poate face să părem mai puţin credibili, dar nu înseamnă că echivocul nu este necesar niciodată. Uneori decidem că este mai important să ne exprimăm indirect decît să fim credibili.

Cercetătorii John Daly, Carol Diesel şi David Weber sugerează că astfel de tipuri de dileme conversaţionale sînt comune şi că folosim adesea un limbaj echivoc în astfel de situaţii[29]. Alţi teoreticieni, printre care se numără şi lingvista Robin Lakoff, sugerează că femeile utilizează un limbaj mai echivoc decît femeile, deoarece echivocul reflectă o absenţă a impunerii, care corespunde cu aşteptările legate de genul feminin[30]. Vezi caseta „Conectaţi-vă", pentru a descoperi dacă o astfel de diferenţă în folosirea limbajului se manifestă şi în mediul online.

Conect@ţi-vă

LIMBAJUL ECHIVOC ONLINE: GENUL ŞI LIMBAJUL ÎN BLOGURI

Unele studii sugerează că bărbaţii folosesc un limbaj mai direct, mai lipsit de echivoc decît femeile, cel puţin în contexte de tip faţă în faţă, cînd astfel de tipare reflectă roluri stereotipe ale genurilor. De exemplu, în interacţiunile online – cum ar fi, prin intermediul unui blog – comunicatorii pot avea un grad sporit de anonimat şi prin urmare pot simţi o nevoie mai redusă de a se comporta în moduri specifice genurilor.

Pentru a afla dacă bărbaţii şi femeile diferă sub aspectul tiparelor verbale folosite în bloguri, cercetătorii David Huffaker şi Sandra Calvert de la Georgetown University au analizat 184 de bloguri selectate aleatoriu ale unor adolescenţi. Au descoperit că:

- *Bărbaţii tineri folosesc un limbaj mai direct decît tinerele femei.* Ca în cazul comunicării faţă în faţă, limbajul bărbaţilor pe bloguri este mai direct, mai sigur, mai tenace şi prezintă un nivel mai redus de echivoc şi ambivalenţă, în comparaţie cu limbajul femeilor.
- *Bărbaţii tineri folosesc un limbaj mai activ şi mai agresiv decît femeile tinere.* Limbajul bărbaţilor autori de bloguri este mai agresiv, de o pasivitate mai redusă şi axat într-o măsură mai mare pe activitate, dinamism şi realizare, în comparaţie cu limbajul femeilor autoare de bloguri, descoperire ce corespunde cu stereotipurile asociate genurilor.
- *Tinerele şi tinerii fac relativ la fel de multe dezvăluiri.* Contrar stereotipului conform căruia femeile fac mai multe dezvăluiri decît bărbaţii, cercetătorii nu au descoperit nici o diferenţă între sexe sub aspectul autodezvăluirilor pe diverse teme. Femeile tindeau mai mult decît bărbaţii să-şi dezvăluie adresa URL a paginilor web personale, iar bărbaţii erau mai înclinaţi să-şi dezvăluie localizarea fizică.

Deşi acesta este un singur studiu şi se axează doar pe bloguri (în contrast cu alte forme de comunicare mediate de calculator), concluziile sale sugerează că unele diferenţe dintre sexe în privinţa utilizării limbajului în contexte de tip faţă în faţă se reflectă şi în modul în care interacţionează oamenii online.

Sursa: Huffaker, D.A., Calvert, S.L. (2005). Gender, identity and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2). http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html

Exprimările ambigue. Un tip de limbaj înrudit cu echivocul este utilizarea *exprimărilor ambigue*: termeni şi sintagme care urmăresc să-i inducă în eroare pe ascultători, lăsînd să se înţeleagă ceva ce de fapt nu este comunicat. Reclamele folosesc adesea exprimări ambigue în prezentarea produselor. De exemplu, cînd auziţi că „patru din cinci dentişti" preferă o anumită gumă de mestecat, această formulare implică faptul că 80% dintre toţi dentiştii preferă marca respectivă. Acest lucru ar fi într-adevăr impresionant, însă nu aceasta este semnificaţia

afirmaţiei. Din cîte ne putem da seama, doar cinci dentişti au fost întrebaţi, în primul rînd, astfel încît girul a „patru din cinci" pare mult mai puţin impresionant.

O modalitate prin care oamenii folosesc exprimări ambigue în comunicare interpersonală este emiterea de generalizări ample, neexemplificate. De exemplu, ca să pară inteligentă şi informată, Evei îi place mult să-şi înceapă afirmaţiile cu cuvintele „Se spune că...", „Se ştie prea bine că...". Aceste sintagme sînt ambigue, deoarece implică un nivel mare de consimţămînt cu orice afirmaţie a Evei, dar nu oferă nici un argument care să ateste acest acord, adică Eva nu precizează niciodată care oameni spun sau ştiu ceea ce susţine ea sau cîţi oameni ştiu sau spun lucrul respectiv, ori de ce ar trebui să dăm crezare convingerilor sau cunoştinţelor lor, în primul rînd.

În viaţa de zi cu zi: Un alt exemplu comun de exprimări ambigue din reclame este sintagma „nimic nu dă rezultate mai bune decît marca X". Acest mesaj lasă să se înţeleagă că marca X este cel mai bun produs disponibil, dar nu spune de fapt acest lucru, ci afirmă doar că nimic nu dă rezultate mai bune, ceea ce ar putea însemna că marca X nu este mai eficientă decît oricare alt produs similar de pe piaţă. Ca activitate în afara orelor de curs, cereţi-le studenţilor să urmărească reclame la televizor sau să citească reclame din reviste şi să alcătuiască o listă cu afirmaţii formulate ambiguu în mod strategic, precum cea de mai sus.

AFIRMAŢIILE GENERALIZATOARE. Un tip distinct de exprimare ambiguă îl reprezintă *afirmaţia generalizatoare* sau o declaraţie care lasă să se înţeleagă că o idee este adevărată fără excepţie. De exemplu, cînd auziţi pe cineva spunînd că „în opinia experţilor, pedeapsa corporală îi afectează emoţional pe copii", implicaţia este că toţi experţii sînt de acord cu acest lucru. Totuşi, observaţi că vorbitorul nu oferă nici o dovadă care să sprijine această afirmaţie. La fel, cînd cineva afirmă că „Nu se cunoaşte nici un tratament pentru depresie", implicaţia este că nu există nici un tratament. Totuşi, semnificaţia afirmaţiei este că vorbitorul nu cunoaşte nici un tratament.

ALEGEREA LIMBAJULUI CREDIBIL. Diversele tipuri de vorbire pe care le-am analizat îi pot determina pe ascultători să conchidă că exprimările vorbitorului sînt ambigue, nedemne de încredere şi lipsite de credibilitate. Această percepţie poate avea efecte negative asupra felului în care oamenii reacţionează faţă de un vorbitor. De exemplu, o serie de studii au relevat că oamenii îi percep pe vorbitorii care folosesc astfel de forme de limbaj ca fiind mai puţin competenţi, mai puţin dinamici şi chiar mai puţin atrăgători decît vorbitorii al căror limbaj nu prezintă astfel de caracteristici[31]. De fapt, utilizarea chiar şi a *uneia* dintre aceste forme este suficientă pentru a influenţa percepţia altcuiva cu privire la vorbitor[32].

Formele de vorbire mai credibile evită folosirea cuvintelor care induc în eroare şi a afirmaţiilor generalizatoare. Încercaţi următorul lucru: de exemplu, în loc să susţineţi că ceea ce spuneţi „crede toată lumea", afirmaţi pur şi simplu că *dumneavoastră* credeţi acest lucru, dacă nu aveţi dovezi în sprijinul afirmaţiei respective. În loc să spuneţi „în opinia experţilor..." înainte de afirmaţia dumneavoastră, spuneţi „în opinia unor experţi" şi fiţi pregătiţi să daţi exemple.

Limbajul exprimă afecţiune şi intimitate

Limbajul are capacitatea profundă de a comunica afecţiune şi de a crea sau de a amplifica intimitatea relaţiilor noastre personale. Afecţiunea şi intimitatea sînt strîns legate între ele, dar nu reprezintă acelaşi lucru. *Afecţiunea* este o experienţă emoţională care include sentimente de dragoste şi de apreciere ale unei persoane faţă de alta. În schimb, *intimitatea* este o caracteristică a relaţiilor apropiate, axate pe sprijin reciproc. Noi, oamenii, folosim limbajul atît pentru a ne transmite sentimentele de afecţiune reciprocă, cît şi pentru a ne consolida relaţiile bazate pe intimitate cu persoanele cele mai importante pentru noi.

Afirmaţiile verbale pot comunica afecţiune sau intimitate în multe feluri. Unele afirmaţii exprimă sentimentele noastre faţă de altă persoană, de exemplu, „Îmi place de tine" sau „Sînt îndrăgostit de tine", iar altele consolidează importanţa relaţiei noastre cu o altă persoană, ca, de exemplu, „Eşti prietenul meu cel mai bun" sau „Nu aş putea iubi niciodată pe altcineva la fel de mult cum te iubesc pe tine". Alte afirmaţii comunică speranţe sau visuri privind viitorul relaţiei, incluzînd aici exemple precum „Abia aştept să ne căsătorim" şi „Vreau să fim împreună pentru totdeauna". Nu în ultimul rînd, unele afirmaţii exprimă valoarea unei relaţii, observînd cum ne-am simţi în absenţa acesteia, de exemplu, „Nu suport gîndul că te pot pierde" şi „Viaţa mea ar fi fost pustie dacă nu te-aş fi întîlnit".

Astfel de afirmaţii sînt caracteristice relaţiilor noastre cele mai personale. De fapt, conform dovezilor, comunicarea intimităţii şi a afecţiunii este benefică atît pentru relaţii, cît şi pentru oamenii implicaţi în ele. De exemplu, Ted Huston, specialist în studii despre familii, şi colegii săi au descoperit că, cu cît soţii îşi comunică mai mult afecţiunea în primii doi ani de căsătorie, cu atît cresc şansele să rămînă căsătoriţi şi după 13 ani[33]. Alte studii relevă că, cu cît oamenii primesc mai multă afecţiune din partea părinţilor în copilărie, cu atît le scad şansele de a suferi de depresie, anxietate şi probleme de sănătate fizică pe parcursul vieţii[34].

Folosim limbajul pentru a transmite sentimente de afecţiune pentru alţii şi pentru a ne consolida relaţiile bazate pe intimitate.

Exerciţiu de redactare: Pentru a iniţia o discuţie, cereţi-le studenţilor să enumere cîteva modalităţi prin care îşi exprimă afecţiunea verbal în relaţiile lor apropiate.

Subiect de discuţie: Studenţii pot da exemple personale de interpretare greşită a unor afirmaţii afectuoase – sau exemple în care propriile lor afirmaţii au fost interpretate greşit – cu care pot ilustra această idee.

Deşi afirmaţiile verbale care comunică afecţiune şi intimitate sînt probabil mai precise decît gesturile nonverbale (cum ar fi îmbrăţişarea), ele pot fi totuşi ambigue. De exemplu, analizaţi cîte semnificaţii diferite poate avea afirmaţia „Te iubesc" pentru cineva. Iubiţi în mod romantic persoana respectivă? O iubiţi ca pe un prieten platonic? Ca pe un membru al familiei? Studiile arată că nu este neobişnuit ca o persoană să interpreteze greşit dovezile verbale de afecţiune – să creadă că cineva manifestă dragoste romantică, dar de fapt celălalt a vrut să comunice iubire platonică, de exemplu[35]. Acest tip de situaţie poate fi foarte inconfortabil atît pentru emiţător, cît şi pentru receptor.

În multe cazuri, comportamentele nonverbale (de exemplu, tonul vocii şi expresiile faciale) şi informaţiile contextuale contribuie la clarificarea semnificaţiei unui mesaj afectuos. Cu toate acestea, riscul interpretărilor greşite există în continuare, mai ales cînd folosim un limbaj afectuos cu prieteni noi sau cu persoane pe care nu le cunoaştem bine[36].

Cuvintele aduc alinare şi mîngîiere

Nu în ultimul rînd, folosim cuvinte pentru a alina oamenii care suferă. Transmiterea alinării poate fi banală, ca în situaţia în care o mamă consolează un copil care s-a lovit la un deget de la picior. De asemenea, poate surveni în circumstanţe ieşite din comun, ca, de exemplu, cînd cineva alină şi sprijină un tînăr a cărui iubită a murit de cancer.

După cum vă amintiţi, comunicarea verbală include atît cuvinte scrise, cît şi cuvinte rostite. Pentru a ne transmite sprijinul, folosim adesea mesaje scrise. Ţineţi cont de faptul că industria cărţilor poştale are o cifră de afaceri de 10 miliarde de dolari anual. Oamenii trimit cărţi poştale nu numai pentru a comunica felicitări pentru naşterea unui copil sau cînd sînt în concediu, ci şi pentru a exprima mesaje verbale de alinare, de exemplu, prin intermediul cărţilor poştale cu urări de vindecare grabnică şi a celor cu mesaje de susţinere[37]. Mai există şi cărţi poştale care exprimă recunoştinţa şi altele care comunică speranţă. Site-ul bluemountain.com, de pe care se pot trimite cărţi poştale electronice gratuite, oferă diverse categorii de cărţi

poştale, cu mesaje de alinare şi mîngîiere, inclusiv unele speciale, pentru familiile militarilor aflaţi în misiune în Afghanistan şi în memoria victimelor atacurilor din 11 septembrie 2001[38].

FOLOSIREA LIMBAJULUI PENTRU A ALINA ALŢI OAMENI. Aţi încercat poate să ajutaţi pe cineva care suferea după moartea cuiva apropiat, dar nu aţi fost sigur ce anume să îi spuneţi. Specialiştii în consiliere oferă cîteva sfaturi clare privind utilizarea limbajului pentru a-i alina pe alţi oameni cînd au suferit o pierdere[39]:

- *Recunoaşteţi pierderea suferită*: „Îmi pare foarte rău să aud de accidentul surorii tale. Ştiu că le va lipsi foarte mult tuturor celor care o cunoşteau".
- *Exprimaţi-vă înţelegerea*: „Cuvintele nu pot exprima ce simt. Sînt alături de tine cu tot sufletul".
- *Oferiţi un gînd pozitiv*: „Îmi voi aminti întotdeauna minunatul simţ al umorului al surorii tale şi cît de bună era cu cei din jur".
- *Oferiţi-vă sprijinul*: „Te rog să nu uiţi că sînt alături de tine, dacă ai nevoie de orice. Te sun în weekend să văd dacă te pot ajuta cu ceva".

În plus, multe alte situaţii necesită cuvinte de alinare, de exemplu, un divorţ, pierderea locului de muncă sau o boală gravă. Cuvintele pe care le folosim pot fi diferite în fiecare caz, dar scopurile fundamentale sînt aceleaşi: recunoaşterea sentimentelor persoanei respective şi oferirea de sprijin.

Cercetarea în prim-plan: Într-un studiu tipic efectuat de Pennebaker, participanţii au scris despre evenimente traumatice de două, trei sau patru ori, timp de cîte 20 de minute. De obicei, activităţile de redactare se desfăşoară fie în zile consecutive, fie în zile recurente (de exemplu, în fiecare zi de luni, timp de patru săptămîni). Metaanalizele arată că avantajele acestor însemnări expresive sînt mai mari cînd au loc mai multe sesiuni de redactare (de exemplu, patru în loc de două) şi cînd sînt distanţate în timp (de exemplu, în zile recurente, mai degrabă decît în zile consecutive).

FOLOSIREA LIMBAJULUI PENTRU A NE ALINA PE NOI ÎNŞINE. La fel cum putem folosi cuvinte pentru a-i alina pe alţii, le putem folosi şi pentru a ne alina pe noi înşine. Multe persoane consideră că ţinerea unui jurnal al sentimentelor le ajută să găsească linişte şi semnificaţii chiar şi în contextul unor evenimente traumatizante. De fapt, unele dovezi arată că a scrie despre propriile gînduri şi sentimente ne poate îmbunătăţi sănătatea. Psihologul James Pennebaker a efectuat multe studii care arată că, atunci cînd oamenii scriu despre o traumă prin care au trecut – de exemplu, abuzul fizic sau moartea cuiva drag – manifestă adesea niveluri mai scăzute de hormoni ai stresului, sistemul imunitar li se fortifică şi scade numărul consultaţiilor medicale[40].

Studiile realizate de psihologul James Pennebaker demonstrează avantajele pentru sănătate aduse de exprimarea gîndurilor şi sentimentelor într-un jurnal.

Conform teoriei lui Pennebaker, interiorizarea emoţiilor negative necesită un efort care ar putea fi folosit în schimb pentru a ne consolida sănătatea. Din acest motiv, exprimarea emoţiilor (chiar şi în scris) ne permite să utilizăm mai bine energia respectivă. Efectele vindecătoare ale scrisului expresiv pot fi atît de intense, de fapt, încît participanţii la studiile lui Pennebaker au observat diferenţe după doar două sau trei sesiuni de scris de cîte 20 de minute fiecare.

Într-o manieră asemănătoare, specialiştii în comunicare au arătat că, atunci cînd oamenii suferă, scrisul despre sentimentele lor pozitive despre persoana iubită le poate accelera recuperarea. Într-un experiment, de exemplu, participanţilor li s-a cerut să îndeplinească o serie de sarcini dificile, printre care să rezolve probleme complicate de matematică într-un timp limitat sau să vizioneze înregistrări video cu cupluri căsătorite care se certau[41]. Aceste sarcini au determinat creşterea nivelului hormonului cortizol, produs de corp în condiţii de stres.

Participanţii au fost apoi împărţiţi în trei grupuri. Celor din primul grup li s-a cerut să scrie o scrisoare în care să-şi exprime afecţiunea faţă de o persoană pe care o iubesc. Al doilea grup a trebuit doar să se gîndească la o persoană iubită, fără să-şi exprime sentimentele în

cuvinte. Al treilea grup nu a făcut nimic timp de 20 de minute. Cercetătorii au descoperit că atunci cînd oamenii scriu despre sentimentele lor afective, nivelurile lor de cortizol revin cel mai rapid la normal. Exprimarea verbală a sentimentelor afectuoase le-a accelerat recuperarea de pe urma stresului.

A te gîndi la o persoană iubită s-a dovedit a nu fi mai benefic decît a nu face nimic. Doar participanţii care şi-au formulat sentimentele în cuvinte şi-au revenit rapid din stresul accentuat. Asemenea cercetărilor lui Pennebaker, acest studiu demonstrează beneficiile pentru sănătate ale folosirii cuvintelor pentru exprimarea sentimentelor.

Pe scurt, oamenii folosesc limbajul pentru a realiza o serie de sarcini importante. Le atribuie oamenilor nume şi le asociază altora identităţi. Îi conving pe alţii să adopte anumite idei sau comportamente. Capătă credibilitate sau putere. Transmit afecţiune sau îşi consolidează intimitatea cu alte persoane. Oferă alinare şi mîngîiere, atît altora, cît şi lor înşişi. În multe situaţii interpersonale sîntem nevoiţi să efectuăm una sau mai multe dintre aceste sarcini. Prin urmare, înţelegerea modului în care limbajul îndeplineşte aceste funcţii ne va ajuta să comunicăm mai eficient în contextele respective.

ÎNVĂŢAŢI Care trăsături ale unei persoane sînt adesea subînţelese prin intermediul numelui său? Cum puteţi folosi apelul la patos pentru a convinge pe cineva? Care este raportul dintre echivoc şi credibilitate? În ce moduri ne exprimăm afecţiunea faţă de alţii în mod verbal? Ce tipuri de afirmaţii ar trebui să conţină mesajele de alinare?

APLICAŢI Cînd vă simţiţi stresat, încercaţi o variantă a activităţii emoţionale de redactare propuse de Pennebaker. Staţi într-o cameră cu pix şi hîrtie şi începeţi să scrieţi despre sentimentele dumneavoastră. De ce vă simţiţi stresat? Ce altceva simţiţi? Nu vă faceţi griji cu privire la punctuaţie şi la gramatică; scrieţi pur şi simplu nonstop timp de cel puţin 20 de minute. Chiar dacă imediat după aceea vă simţiţi puţin mai rău (deoarece v-aţi gîndit atît de intens la ceea ce vă deranjează), observaţi cum vă simţiţi mai apoi în ziua respectivă. Transpunerea sentimentelor în cuvinte vă înseninează gîndirea?

REFLECTAŢI Dacă ar trebui să alegeţi un nume diferit pentru dumneavoastră, care ar fi acesta? De ce? Ce anume îl determină pe un vorbitor să fie mai credibil decît altul, din perspectiva dumneavoastră?

3. Uzul limbajului şi abuzul de limbaj

Am văzut că limbajul ne ajută să îndeplinim o mare varietate de scopuri. Să analizăm acum modalităţi în care pot varia formele limbajului. Unele forme de limbaj, precum cel comic, sînt în general pozitive, şi pot genera diverse tipuri de rezultate bune, de exemplu, îi distrează pe ceilalţi, consolidează relaţiile şi chiar facilitează vindecarea. Altele, ca, de exemplu, limbajul ostil, se remarcă pentru suferinţa devastatoare pe care o cauzează.

În această secţiune vom analiza cîteva forme ale limbajului: umorul, eufemismul, argoul, calomnia şi insulta, limbajul ofensator şi limbajul ostil. Multe dintre aceste forme nu sînt nici complet pozitive, nici complet negative. Asemenea multor invenţii umane, limbajul poate fi folosit în sens pozitiv, dar se şi poate abuza de el. Vom analiza ambele tipuri de exemple.

Umorul: ce-i aşa de amuzant?

Acum cîţiva ani, psihologul Richard Wiseman a gîndit un studiu cu un scop ambiţios: să descopere cea mai amuzantă glumă din lume. Peste două milioane de oameni din întreaga lume i-au vizitat site-ul şi au evaluat nivelul de umor al aproximativ 40.000 de glume. Iată cîştigătoarea – cea mai amuzantă glumă din lume:

Doi vînători se află în pădure. Unul dintre ei cade din picioare. Nu pare să respire, iar ochii îi sînt sticloși. Celălalt vînător scoate telefonul și sună la Urgențe. Strigă: „Prietenul meu a murit! Ce să fac?". Operatorul răspunde: „Liniștiți-vă, vă pot ajuta. În primul rînd, să ne asigurăm că e mort". Se lasă tăcerea, apoi se aude o împușcătură. Vînătorul revine la telefon: „Bun, mai departe?"[42]

Această glumă poate să vi se pară sau nu comică sau o puteţi considera chiar ofensatoare. Totuşi, recunoaşteţi în ea umorul. Gluma conţine ceea ce cercetătorii consideră a fi cel mai important element al umorului : o încălcare a aşteptărilor noastre. Cei mai mulţi dintre noi ar interpreta afirmaţia operatorului „Să ne asigurăm că e mort" drept o sugestie de a verifica semnele vitale ale vînătorului, nu ca pe o recomandare de a-l împuşca. Această contrazicere a aşteptărilor conferă umor glumei. De fapt, cercetătorii au descoperit că anumite zone din creier procesează umorul şi că, fără încălcarea aşteptărilor – fără afirmaţia comică –, acele structuri neurologice nu se „aprind" şi nu oferă satisfacţia mintală pe care o asociem cu o glumă bună[43].

Subiect de discuție: Încălcarea așteptărilor este clarificată de obicei în replica amuzantă a glumei. Probabil că majoritatea studenților își pot aminti că au auzit glume care nu par să aibă o afirmație comică – astfel de glume pot fi considerate provocatoare, dar nu sînt comice.

Umorul ne poate amplifica interacţiunile interpersonale în multe feluri. Ne poate aduce mai aproape de ceilalţi şi poate face interacţiunile sociale mai plăcute şi mai amuzante[44]. Poate diminua stresul, ca, de exemplu, în situaţiile în care apar conflicte între oameni[45]. În cadrul relaţiilor, „glumele intime" pot consolida sentimentul de intimitate. Umorul poate oferi atîtea beneficii personale şi sociale, încît simţul dezvoltat al umorului este o calitate pe care atît femeile, cît şi bărbaţii o caută intens la un partener de cuplu[46]. Studiile recente relevă că umorul autoironic – glumele prin care oamenii fac haz de ei înşişi – este considerat deosebit de atrăgător la celălalt[47].

Totuşi, nu toate efectele umorului sînt pozitive. Umorul poate fi folosit şi pentru a umili grupuri sociale sau culturale, ca în cazul glumelor rasiale sau al glumelor despre oameni în vîrstă sau persoane cu dizabilităţi. În plus, chiar şi cînd sînt făcute fără intenţia de a jigni, glumele spuse pe seama altcuiva pot genera stînjeneală sau supărare şi pot fi chiar considerate hărţuire[48]. Prin urmare, cînd apelaţi la umor, este important să ţineţi cont de public şi să vă asiguraţi că glumele dumneavoastră mai degrabă vor amuza decît vor jigni.

Eufemismele

Despre unele subiecte este dificil sau nepoliticos să vorbim direct. În astfel de cazuri, putem folosi un **eufemism**, expresii vagi, mai atenuate, care simbolizează ceva mai dur sau mai agresiv. De exemplu, în loc să spunem că cineva a murit, de exemplu, putem spune că „s-a stins". În loc să spună că este gravidă, o femeie ar putea spune că „aşteaptă un copil". Probabil vă vin în minte multe eufemisme, de exemplu „restructurat" (în loc de „concediat"), „a se culca cu cineva" (în loc de „a face sex") şi „a se răsti la bocanci" (în loc de „a voma").

➲ **eufemism** Expresie mai vagă, mai slab conotată, care simbolizează ceva mai dur sau mai agresiv.

Subiect de discuție: „Glumele bolnave" fac haz de situații morbide. Deși astfel de glume sînt considerate adesea de prost gust și necizelate, unii cercetători argumentează că ele pot ajuta o societate să facă față unor experiențe altminteri oribile.

În aproape toate cazurile, termenul eufemistic sună mai puţin dur sau mai puţin explicit decît termenul pe care îl înlocuieşte, fără a-i face pe ceilalţi să se simtă stînjeniţi sau ofensaţi[49]. Este important că eufemismele necesită mai mult decît o înţelegere tehnică a limbii în care sînt folosite ; ele necesită şi înţelegerea idiomurilor culturale. Motivul pentru care este necesară o astfel de înţelegere este faptul că eufemismele au adesea o semnificaţie literală care diferă de semnificaţia lor eufemistică. De exemplu, la nivel literal, sintagma „a se culca cu cineva" înseamnă chiar acest lucru: „a dormi împreună". Dacă nu v-aţi dat seama că sintagma

reprezintă un eufemism cultural pentru „a face dragoste", atunci nu i-ați înțelege semnificația cînd este folosit astfel.

Multe eufemisme se modifică în timp. Ceea ce numim în prezent „tulburare de stres posttraumatic" se numea „șocul bombei" în timpul primului război mondial, „extenuare după bătălie" în timpul celui de-al doilea război mondial și „extenuare operațională" în perioada războiului din Coreea. Uneori, societățile modifică eufemismele, pentru a trata cu demnitate grupurile de oameni la care se referă acestea. De exemplu, eufemismul „cu capacități diferite" („differently abled") a avut inițial varianta „schilod", apoi a devenit „infirm", apoi „handicapat" și „persoană cu dizabilități", înainte de a evolua la forma sa actuală. Aceste eufemisme și altele pot continua să evolueze, pe măsură ce cultura noastră și ideile culturale progresează în timp.

Asemenea umorului, folosirea eufemismelor are aspecte pozitive și negative. Cum am observat, eufemismele le oferă oamenilor o modalitate de a vorbi despre subiecte sensibile – de exemplu, sexualitatea, infirmitatea și moartea – fără să fie nevoiți să folosească un limbaj stînjenitor. Acest aspect este benefic, în parte deoarece oamenii ar evita altfel să comunice despre acele subiecte importante. Totuși, unii cercetători au avertizat că folosirea excesivă a eufemismelor îi poate desensibiliza pe oameni, determinîndu-i să accepte situații pe care altfel le-ar considera inacceptabile[50].

În aceeași ordine de idei, specialiștii în comunicare Matthew McGlone, Gary Beck și Abigail Pfiester au descoperit că atunci cînd un eufemism devine convențional și banal, oamenii îl pot folosi fără să se mai gîndească la ce anume înseamnă de fapt[51]. De exemplu, printre eufemismele des întîlnite în timpul războiului se numără „foc amical" (a trage în propriile trupe) și „pagube colaterale" (civilii uciși neintenționat)[52]. Cînd eufemismele sînt folosite special pentru a masca sau pentru a distorsiona semnificații, după cum arată exemplele anterioare, ele sînt numite *discurs dublu*[53]. Unii experți în limbaj cred că folosirea discursului dublu cu referire la situații oribile din confruntările militare îi poate determina pe oameni să simtă detașare emoțională – sau chiar acceptare – în raport cu ororile războiului[54]. Prin urmare, folosirea competentă a eufemismelor ne impune să reflectăm dacă „atenuarea" durității subiectului discuției va facilita o comunicare deschisă – sau ne va încuraja să tolerăm ceea ce am putea altfel considera intolerabil[55].

Eufemismele sînt des folosite în timpul războiului. Credeți că limbajul eufemistic ne diminuează sensibilitatea față de duritățile conflictelor?

Argoul: limbajul subculturilor

argou Cuvinte informale, neconvenționale, înțelese adesea doar de ceilalți membri ai unei anumite subculturi.

Etica în prim-plan: Ideea că eufemismele îi pot determina pe oameni să se simtă prea confortabil discutînd despre subiecte care ar trebui într-adevăr să le cauzeze disconfort generează întrebări de ordin etic cu privire la situațiile în care folosirea eufemismelor este adecvată. Analizați această problemă de etică împreună cu studenții.

Subiect de discuție: Studenții dumneavoastră cunosc probabil mulți termeni argotici. Cereți-le să precizeze exemplele lor preferate.

Exprimarea eufemistică este strîns legată de **argou**, utilizarea cuvintelor informale și neconvenționale înțelese doar de ceilalți membri ai unei subculturi. Dacă ați crescut în Boston, de exemplu, știți probabil că „rhodie" este un termen argotic pentru oamenii din statul Rhode Island, aflat în vecinătate. În Australia, „snag" este un termen argotic care înseamnă „sausage" („cîrnat"). În sfera Internetului, „blogul" este o pagină web care prezintă știri și comentarii în format continuu, iar un „hacker" este cineva care creează sau modifică programe informatice.

Oamenii folosesc termeni argotici pentru tot felul de noțiuni. De exemplu, „a primi castane" înseamnă a primi lovituri în cap cu articulațiile oaselor metacarpiene. Un „șoarece de bibliotecă" este o persoană care petrece foarte mult timp în biblioteci. O „cîrtiță" este un turnător, iar un

„papagal" este o persoană care repetă mecanic părerile sau cuvintele altuia. „Mititica" poate desemna o închisoare, iar „a face o talpă" înseamnă a face o plimbare.

Argoul poate îndeplini o funcţie socială importantă, ajutîndu-i pe oameni să facă distincţia între cei care aparţin sau nu reţelelor lor sociale. Multe grupuri sociale, culturale şi religioase au terminologii proprii pentru anumite idei, iar capacitatea unei persoane de a folosi în mod adecvat argoul unui grup îl poate „marca" drept membru al grupului respectiv. De exemplu, dacă nu ştiţi ce înseamnă „pifan" („soldat începător") probabil că nu aţi făcut armata, iar dacă nu ştiţi ce înseamnă „boabă" (restanţă), aţi fost un student integralist.

Un tip de limbaj informal asociat cu argoul este *jargonul*. După cum am văzut în capitolul 2, jargonul reprezintă vocabularul tehnic asociat unei anumite ocupaţii sau profesii. Scopul jargonului este să le permită membrilor respectivei ocupaţii sau profesii să comunice unul cu celălalt în mod precis şi eficient. De exemplu, mulţi poliţişti din America de Nord comunică între ei folosind „codul 10" sau combinaţii de numere care simbolizează fiecare cîte un mesaj. În acest jargon, „10-4" înseamnă că ai recepţionat mesajul altcuiva; „10-24" înseamnă că ţi-ai finalizat misiunea. De asemenea, personalul din domeniul sanitar foloseşte un jargon specific profesiei. De exemplu, o durere de cap este „cefalee", scoaterea nervului unui dinte este „tratament de canal", iar ciuperca piciorul este „tinea pedis". Avocaţii, inginerii, dansatorii, piloţii de avioane, producătorii de televiziune şi personalul militar sînt alte cîteva dintre numeroasele ocupaţii şi profesii care folosesc jargoane proprii.

Fie că vă place grădinăritul, activismul politic sau baschetul, argoul vă permite să vă conectaţi şi să vă identificaţi cu alte persoane care au interese comune.

Asemenea umorului şi eufemismelor, argoul şi jargonul nu sînt inerent bune sau inerent rele. Pot fi folosite în scopuri pozitive, de exemplu, pentru a confirma apartenenţa unei persoane la o anumită comunitate socială. Fie că vă pasionează baschetul, degustarea vinurilor, caligrafia sau restaurarea maşinilor vechi, învăţarea şi utilizarea argoului adecvat intereselor respective are rolul unei insigne de membru, permiţîndu-vă să stabiliţi conexiuni cu alte persoane cu aceleaşi preocupări. Totodată, folosirea argoului şi a jargonului îi poate determina pe alţi oameni să se simtă excluşi. De exemplu, dacă sînteţi ofiţer de poliţie şi spuneţi că sînteţi „10-7", şi nu „Am terminat pe ziua de azi", cei din jurul dumneavoastră care nu sînt angajaţi ai Poliţiei s-ar putea simţi excluşi din conversaţie. Din acest motiv, trebuie să ţineţi cont de impactul pe care îl are folosirea argoului şi a jargonului asupra celor din jur.

Defăimarea

În ianuarie 2008, jucătorul de baseball Roger Clemens l-a dat în judecată pe fostul antrenor al echipei New York Yankees, Brian McNamee. Într-un raport făcut public cu o lună mai devreme, McNamee îi informase pe investigatori că, în timp ce lucra ca antrenor al lui Clemens, îi făcuse în mod regulat aruncătorului de top injecţii cu Winstrol, un steroid care amplifică performanţele, încălcînd astfel legea. În procesul intentat, Clemens a susţinut că afirmaţiile lui McNamee nu numai că nu erau adevărate, ci îi afectau reputaţia.

Acuzaţia lui Clemens a fost că McNamee era vinovat de **defăimare**, limbaj care dăunează reputaţiei unei persoane sau îi creează persoanei respective o imagine negativă. Defăimarea survine în două forme. Prima, **calomnia**, se referă la declaraţii defăimătoare făcute în scris sau în alt mediu „fix", de exemplu o fotografie sau un film. A doua formă, **insulta**, constituie o declaraţie defăimătoare făcută cu glas tare, în auzul celorlalţi.

defăimare Limbaj care afectează reputaţia sau imaginea unei persoane.

calomnie Afirmaţie defăimătoare făcută în scris sau în alt mediu în care informaţia este fixată.

insultă Declaraţie verbală defăimătoare.

De exemplu, să presupunem că Aliyah vrea să deschidă un centru de îngrijiri de zi într-un oraş unde şi Toni are un astfel de centru. Pentru a-i descuraja pe părinţi să apeleze

la centrul coordonat de Aliyah. Toni răspîndeşte zvonuri conform cărora Aliyah a fost acuzată de molestarea unui copil. Această afirmaţie este defăimătoare, deoarece ar afecta reputaţia lui Aliyah şi i-ar aduce pagube financiare, făcînd-o să-şi piardă afacerea.

Contează că acuzaţia lui Toni este adevărată? De obicei, răspunsul este „da". În cadrul celor mai multe sisteme juridice, o declaraţie trebuie să fie falsă ca să fie considerată calomnie sau insultă. Adesea, în astfel de cazuri este vorba despre figuri publice, de exemplu, despre politicieni şi celebrităţi, şi se bazează pe importanţa informaţiei pentru public. Dezvăluirea în scris a faptului că un senator a fost depistat ca purtător de HIV, de exemplu, ar putea fi calificată drept calomnie, chiar dacă informaţia ar fi adevărată, dacă dezvăluirea ei nu serveşte vreunui interes predominant public.

În interacţiunea interpersonală, insulta survine mai frecvent decît calomnia. Deşi calomnia este un termen juridic, comportamentele pe care le numim „bîrfă" sau „răspîndire de zvonuri" se rezumă adesea la acelaşi lucru. Dacă vreodată cineva a răspîndit zvonuri despre dumneavoastră, ştiţi cît de dureros poate fi. Deşi bîrfa poate avea unele funcţii pozitive, ca, de exemplu, consolidarea legăturilor dintre oameni, persoanele care sînt ţinta bîrfei sau a zvonurilor pot fi afectate profund[56].

Limbajul ofensator

➲ **limbaj ofensator** Un tip de limbaj considerat vulgar, nepoliticos sau obscen în contextul în care este folosit.

În viaţa de zi cu zi: Comisia Federală pentru Comunicaţii (Federal Communications Commission – FCC) din SUA reglementează folosirea limbajului ofensator la radio şi televiziune. Regulile pentru televiziune variază în funcţie de intervalul orar în care este difuzată o emisiune şi dacă este difuzată printr-o reţea prin satelit sau prin cablu. Mulţi oameni cred că pînă şi emisiunile difuzate în prime-time, prin satelit, includ prea mult limbaj ofensator, iar alţii nu sînt de acord cu acest lucru. Faceţi un sondaj în rîndul studenţilor, pentru a constata opiniile lor.

Limbajul ofensator este un tip de limbaj considerat vulgar, nepoliticos sau obscen, în contextul în care este folosit. Uneori numim cuvintele ofensatoare „înjurături" sau „blesteme"; acestea au multe variante. Unii termeni au scopul de a jigni anumite grupuri de oameni, de exemplu, cînd o femeie este numită „scorpie" sau un homosexual e numit „poponar". (De asemenea, mulţi astfel de termeni se încadrează în limbajul ostil, despre care vom discuta în continuare.) Alţi termeni ofensatori constituie atacuri la adresa convingerilor sau figurilor religioase considerate sacre de adepţii unei anumite religii. Unii termeni descriu actele sexuale sau fac referire la organele sexuale sau la funcţiile corpului, iar alţii sînt exprimări generale ale mîniei sau dezamăgirii, ca, de exemplu, „La naiba!".

Limbajul ofensator depinde de context: un cuvînt capătă valenţă ofensatoare cînd este considerat nepoliticos sau obscen în limbajul şi contextul în care este folosit. De exemplu, a numi o femeie „scorpie" poate fi un exemplu de limbaj ofensator, dar folosirea aceluiaşi termen pentru a descrie o făptură fantastică din basme nu este ofensatoare. În Statele Unite, „fag" este un termen depreciativ pentru bărbaţii gay, dar în Marea Britanie înseamnă „ţigară".

Fiecare limbă studiată vreodată cuprinde înjurături. Unele pot fi traduse dintr-o limbă în alta; de exemplu, englezescul „Damn!" are în franceză echivalentul „Zut!" şi în germană echivalentul „Verflucht!" şi poate avea semnificaţie ofensatoare în toate aceste limbi. Alte expresii par să fie specifice anumitor limbi; de exemplu, un vorbitor de limba olandeză ar putea spune „Krijg de pest!", care înseamnă „Lovi-te-ar ciuma!".

Limbajul ofensator are multe efecte asupra interacţiunii sociale. Adesea, îi face pe oameni să se simtă inconfortabil. În ultimii ani, unele grupuri sociale au recunoscut că pot diminua efectele negative ale anumitor termeni ofensatori, integrîndu-i mai mult în vorbirea obişnuită şi diminuîndu-le sau atenuîndu-le astfel impactul şocant. Această practică se numeşte *reasimilarea termenului*. De exemplu, cînd homosexualii se numesc unul pe altul „poponar", intenţia lor nu este să se insulte, ci să diminueze capacitatea de a insulta a acestui cuvînt.

Nu toate efectele limbajului ofensator sînt negative. În anumite contexte, folosirea sa poate diminua *conflictele sociale*, creînd și menținînd o atmosferă socială informală. Limbajul ofensator este un element comun al comediilor, de exemplu, parțial deoarece creează expectanța că nimic nu este tabu în acel context și că ideile pot curge liber. În plus, folosirea limbajului ofensator în cadrul rețelelor sociale poate chiar să consolideze legăturile interpersonale, comunicînd metamesajul „Mă simt destul de confortabil alături de tine ca să pot folosi un limbaj ofensator în prezența ta". Unele studii recente au arătat chiar că oamenii au o toleranță sporită față de durerea fizică atunci cînd înjură, poate pentru că această manifestare activează sistemul „luptă sau fugi" al corpului[57].

Limbajul ostil

Limbajul ostil este un tip specific de limbaj ofensator menit să degradeze, să intimideze sau să dezumanizeze oamenii pe criteriul genului, originii naționale, orientării sexuale, religiei, rasei, dizabilităților sau pe criteriul concepțiilor politice sau morale[58]. Atribuirea unor apelative jignitoare, intimidarea și susținerea violențelor împotriva unor grupuri de oameni se pot califica drept forme de limbaj ostil. De exemplu, termenii „tîrfă" și „poponar" pot fi folosiți nu numai ca limbaj ofensator, ci și ca limbaj ostil, dacă vizează femei sau homosexuali, cu intenția de a-i jigni sau de a-i intimida. În America de Nord există o serie de legi și reglementări care restricționează limbajul ostil sau alte forme de intimidare la adresa grupurilor minoritare și care le pedepsesc pe persoanele care se implică în astfel de activități (figura 5.2). Multe dintre aceste restricții se regăsesc în codurile de exprimare din campusuri, ce reglementează tipurile de afirmații pe care studenții, angajații și membrii corpului profesoral le pot emite sau nu în campus. Fără îndoială, majoritatea efectelor – dacă nu toate – limbajului ostil sînt negative, fapt care justifică legile și reglementările care îl restricționează.

> **limbaj ostil** Tip de limbaj ofensator menit să degradeze, să intimideze sau să dezumanizeze unele grupuri de oameni.

> **Subiect de discuție:** Care sînt opiniile studenților cu privire la această controversă?

> **În afara sălii de curs:** O sarcină de lucru relevantă desfășurată în afara sălii de curs ar fi următoarea: cereți-le studenților să investigheze codurile verbale stabilite în cadrul instituției dumneavoastră de învățămînt. Spuneți-le să acorde o atenție deosebită modului în care este definit limbajul ostil (dacă este definit în vreun fel) și felului în care sînt aplicate codurile verbale.

Cu toate acestea, limbajul ostil și reglementările constituie încă o sursă de controversă. Susținătorii argumentează că reglementările sînt necesare pentru a promova politețea și pentru a-i proteja pe oameni – mai ales pe membrii grupurilor minoritare – de discriminare și chiar de violența la care poate incita limbajul ostil. Opozanții contraargumentează că este dificil de stabilit ce anume se califică drept limbaj ostil și ce nu. De asemenea, ei susțin că restricționarea limbajului constituie o formă de cenzură și o încălcare a primului amendament al Constituției SUA[59]. Avînd în vedere complexitățile legate de definirea limbajului ostil și de stabilirea modalității optime de a reacționa la el, aceste elemente controversate tind să rămînă în continuare subiect de controversă.

Limbajul ostil a beneficiat în ultima vreme de o atenție sporită din partea societății, avînd în vedere cîteva cazuri amplu mediatizate de sinucidere a unor elevi și studenți care erau hărțuiți din cauză că erau gay (sau că erau percepuți astfel). O reacție, prezentată în caseta „Comunicarea: zona luminoasă", a constat într-un flux de mesaje de sprijin pe Internet, direcționate către persoanele care se simt victimizate de limbajul ostil sau de alte comportamente hărțuitoare, din cauză că sînt considerate diferite sau anormale, dintr-un motiv oarecare.

După cum am observat în această secțiune, limbajul are multe forme, printre care se numără umorul, eufemismele, argoul, calomnia și insulta, limbajul ofensator și limbajul

> **Despre materiale media:** Filmul *American History X* (*Povestea X a Americii*, 1998) propune o reprezentare realistă a limbajului ostil.

ostil. Unele dintre aceste forme, ca, de exemplu, umorul, au în general efecte pozitive, dar pot genera şi rezultate negative nedorite. Alte forme, precum limbajul ofensator, sînt în general negative, deşi pot avea efecte pozitive asupra oamenilor care le folosesc. Înţelegerea aspectelor pozitive şi negative ale acestor diverse forme de limbaj ne ajută să apreciem impactul şi complexitatea comunicării verbale.

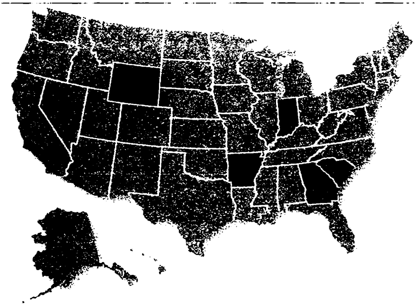


Figura 5.2. Statele Unite şi legile privind infracţiunea de ostilitate. În prezent, toate statele SUA, cu excepţia statelor Wyoming, Arkansas, Indiana, Carolina de Sud şi Georgia au legi care interzic manifestările ostile, cum ar fi utilizarea limbajului ostil.

ÎNVĂŢAŢI Ce anume îi conferă umor unei glume? În ce scop se folosesc eufemismele? În ce fel utilizarea argoului reflectă subculturile din care face parte o persoană? Prin ce diferă calomnia de insultă? Ce anume îi conferă unui cuvînt sau unei sintagme caracterul profanator? Ce înseamnă limbaj ostil?

APLICAŢI Multe grupuri au un argou propriu. Vorbiţi cu persoane care au hobby-uri, interese sau slujbe foarte diferite de ale dumneavoastră şi învăţaţi unele dintre cuvintele argotice comune acestora. Elaboraţi un scurt raport cu privire la ce aţi învăţat.

REFLECTAŢI Ce eufemisme aveţi tendinţa să folosiţi? Credeţi că interzicerea limbajului ostil este o idee bună sau rea? De ce?

Comunicarea: zona luminoasă

APELAŢI LA AJUTOR: MESAJE ONLINE DE ALINARE ŞI SPERANŢĂ

În 2010, mai mulţi adolescenţi din Statele Unite şi-au luat viaţa pentru că erau hărţuiţi în permanenţă din cauză că erau diferiţi. Admiţînd faptul că numeroşi adolescenţi şi tineri se simt la fel de vizaţi şi de umiliţi zilnic, editorialistul Dan Savage a pus bazele proiectului It Gets Better („Va fi mai bine"). Acest canal video online se adresează tinerilor care se simt hărţuiţi, susţinînd mesajul că viaţa lor se va îmbunătăţi.

Site-ul cuprinde scurte fragmente video trimise de adolescenţi şi adulţi, dintre care mulţi au fost ei înşişi hărţuiţi. Unii dintre cei care şi-au adus contribuţia sînt persoane cunoscute, ca, de exemplu, cîntăreţul Adam Lambert, creatorul de modă Tim Gunn, secretarul de stat Hillary Clinton şi episcopul Gene Robinson. Alţii sînt oameni obişnuiţi, care trimit mesaje de alinare şi speranţă. Materialele video

postate sînt în diverse limbi, inclusiv cîteva folosind limbajul semnelor. Pe lîngă faptul că a atras multă atenție din partea mass-media în privința problemei hărțuirii, proiectul demonstrează cum un mesaj simplu – de exemplu, „va fi mai bine" – le poate aduce speranță oamenilor în momente în care viața lor pare lipsită de speranță.

Sfatul meu

De teamă că ați putea spune sau face ceva ofensator, este posibil (dacă sînteți la fel cu mulți alți oameni) să vă dați seama că aveți o atitudine rigidă sau extrem de politicoasă față de persoanele care aparțin unor grupuri diferite de grupurile dumneavoastră. Totuși, acest tip comportament, în sine, poate contribui la consolidarea separării dintre dumneavoastră și ceilalți. Reflectați: celorlalți le este greu să se simtă confortabil în preajma dumneavoastră, dacă nu păreți să vă simțiți confortabili alături de ei.

De exemplu, persoanele din grupurile foarte marginalizate vă spun că nu se așteaptă să fie tratate în mod deosebit: ceea ce vor este pur și simplu să fie tratate ca toți ceilalți. Prin urmare, relaxați-vă! Cînd discutați cu alți oameni, încercați să nu îi percepeți drept membri ai unui anumit grup, ci pur și simplu drept persoane.

Sursa: www.itgetsbetter.org

4. Perfecționarea utilizării limbajului

Folosirea limbajului este o aptitudine pe care aproape toți ne-o putem perfecționa. În această secțiune vom analiza patru recomandări care vă vor ajuta să comunicați mai bine. Unele sfaturi pot fi mai relevante pentru anumite situații, dar toate vă pot ajuta să vă îmbunătățiți capacitatea de utilizare a limbajului.

Țineți cont de efectul pe care doriți să îl creați

Cînd vorbiți – cu una sau cu mai multe persoane – gîndiți-vă ce vreți să realizați prin intermediul cuvintelor dumneavoastră. Scopul este să îi faceți pe ceilalți să se simtă bine alături de dumneavoastră? Vreți să-i convingeți? Vreți să-i informați? Vreți să-i distrați? Este posibil să aveți mai multe scopuri concomitent. Indiferent de scopurile dumneavoastră, aveți mai multe șanse să le îndepliniți dacă vă gîndiți cum vă poate ajuta modul în care utilizați limbajul.

Un aspect al creării unor mesaje verbale eficiente constă în a vă asigura că ceea ce spuneți este adecvat publicului dumneavoastră. Dacă vă analizați mesajele din perspectiva ascultătorilor, veți reuși să evitați trei erori fundamentale: erorile privind informațiile comune, erorile privind opiniile comune și erorile de monopolizare

Eroarea privind informațiile comune. Cînd presupuneți că ascultătorii dumneavoastră cunosc informații pe care ei nu le știu de fapt, comiteți *eroarea privind informațiile comune*. De exemplu, cînd Devon vorbește cu unele cunoștințe ale sale, se referă la prietenii și rudele sale folosind doar numele acestora, fără să explice despre cine este vorba. De asemenea, face referiri la evenimente survenite anterior în existența lui, înainte ca persoanele cu care stă de vorbă să-l fi cunoscut.

Putem comunica în acest mod cu prietenii apropiați și cu membrii familiei, deoarece de obicei ei ne cunosc personalitatea, trecutul și pe ceilalți oameni din cercurile noastre sociale. Totuși, nu trebuie să presupunem că străinii sau cunoștințele întîmplătoare dețin aceste informații. Prin urmare, în calitate de comunicatori competenți, trebuie să ținem cont de perspectivele persoanelor cu care stăm de vorbă și să folosim în mod adecvat limbajul, în acord cu ceea ce știu sau nu știu acestea despre noi.

EROAREA PRIVIND OPINIILE COMUNE. Greşeala cunoscută sub numele de *eroare privind opiniile comune* survine atunci cînd presupuneţi în mod eronat că ascultătorii dumneavoastră vă împărtăşesc opiniile. De exemplu, în compania unor diverşi oameni, este adesea riscant să vă exprimaţi opinii ferme cu privire la aspecte posibil controversate, ca, de exemplu, convingerile politice şi religioase, deoarece i-aţi putea ofensa pe cei care nu sînt de aceeaşi părere cu dumneavoastră. Totuşi, este şi mai riscant să vorbiţi ca şi cum aţi presupune că toţi cei de faţă sînt de acord cu dumneavoastră. Cînd comunicaţi în acest mod, alţi oameni ar tinde mai degrabă să vă contrazică, prezentîndu-şi propriile puncte de vedere. În unele situaţii, poate urma un schimb profitabil de idei, dar în altele discuţia poate deveni aprinsă, astfel încît sînteţi nevoit să vă apăraţi convingerile.

Subiect de discuţie: Persoanele despre care spunem că sînt încrezute comit adesea eroarea privind opiniile comune. A spune despre cineva că este încrezut implică de obicei faptul că persoana respectivă îşi exprimă opiniile ca şi cum toţi ascultătorii săi ar fi de acord cu ele, fără să admită că ar putea exista perspective divergente.

EROAREA DE MONOPOLIZARE. *Eroarea de monopolizare* survine cînd un vorbitor domină în mod inadecvat conversaţia. De exemplu, indiferent cu cine discută, Tara vorbeşte întotdeauna cel mai mult, de departe. Un astfel de comportament ar putea fi adecvat din partea unui profesor care coordonează o discuţie la o oră de curs. În interacţiunea personală însă monopolizarea unei conversaţii îi poate face pe ceilalţi să aibă impresia că vorbitorul nu este interesat de ceea ce au ei de spus, ci vrea doar să-şi prezinte ideile proprii. Nu uitaţi, conversaţiile interpersonale optime implică un schimb de idei, opinii şi comentarii - prin urmare, nu uitaţi să le permiteţi tuturor să vorbească.

Ţineţi cont de influenţa pe care vreţi să o aibă felul în care comunicaţi asupra celorlalţi, mai ales dacă vă aflaţi într-o poziţie de autoritate.

După cum arată aceste exemple, modalităţile în care folosiţi limbajul îi influenţează pe cei din jur. Prin urmare, pentru a comunica în mod competent, este esenţial să analizaţi ce fel de influenţă vreţi să aveţi. Acest lucru este extrem de important pentru părinţi, profesori, şefi şi alte persoane aflate în poziţii de autoritate, deoarece au adesea responsabilitatea de a stabili aşteptări în privinţa utilizării limbajului acasă, în sala de clasă şi la locul de muncă. De exemplu, dacă nu vreţi ca propriii dumneavoastră copii să folosească limbajul ofensator, puteţi contribui la fundamentarea acestei expectanţe, neapelînd nici dumneavoastră la el - sau cel puţin nu în prezenţa lor. Dacă apreciaţi comunicarea axată pe sprijin în timpul orelor de curs, daţi exemplu, folosind umorul, cînd este adecvat, şi evitînd limbajul ostil. Astfel, vă veţi asigura că limbajul dumneavoastră are efecte pozitive asupra celor din jur.

Separaţi opiniile de afirmaţiile factuale

Vă amintiţi din capitolul 4 că afirmaţiile factuale („ea l-a lovit") diferă de interpretări („ea l-a atacat"). Afirmaţiile factuale diferă şi de opinii. O afirmaţie factuală reprezintă o declaraţie pe care o putem verifica prin intermediul dovezilor şi care se poate revela a fi adevărată sau falsă în sens absolut („Iau lecţii de pian de zece ani"). O opinie exprimă o judecată sau o preferinţă personală cu care putem fi sau nu de acord, dar care nu este adevărată sau falsă în sens absolut („Cînt foarte prost la pian"). Comunicatorii competenţi ştiu să separe opiniile şi afirmaţiile factuale, în comunicarea verbală.

Diferenţierea afirmaţiilor factuale de opinii este adesea mai uşoară în teorie decît în practică, mai ales în cazul opiniilor solide cu privire la aspecte cu conotaţii emoţionale intense. De exemplu, să presupunem că discutaţi cu cîţiva prieteni despre alegerile viitoare, în care aveţi de ales între doi candidaţi. Jumătate dintre dumneavoastră îl preferă pe candidatul C, conservator, iar cealaltă jumătate îl preferă pe candidatul L, liberal. Analizaţi următoarele afirmaţii pe care le-aţi putea face cu privire la candidaţi şi indicaţi care sînt afirmaţii factuale şi care constituie opinii :

- „*Candidatul C are mai multă experienţă de guvernare.*" Deoarece putem constata dacă este adevărată sau nu, consultînd informaţiile despre candidaţi această afirmaţie este o afirmaţie factuală.
- „*Candidatul L reprezintă o alegere mai bună pentru viitorul nostru.*" Aceasta este o opinie, pentru că exprimă o judecată de valoare (acest candidat este mai bun), pe care nu o putem valida în mod obiectiv.
- „*Candidatul C este imoral.*" Aceasta este o opinie, deoarece adevărul ei depinde de morala la care subscrieţi. Morala este subiectivă; prin urmare, nu se poate dovedi că această afirmaţie este adevărată sau falsă în mod absolut.
- „*Candidatul L a acceptat mită ilegală.*" Aceasta este o afirmaţie factuală, deoarece puteţi examina dovezile ca să aflaţi dacă este sau nu adevărată.

Opiniile şi afirmaţiile factuale necesită două tipuri de răspunsuri. Să presupunem că îmi spuneţi: „Candidatul C nu a deţinut niciodată o funcţie ca reprezentant ales", iar eu dau replica: „Nu sînt de acord". Acesta nu este un răspuns competent. Aţi făcut o afirmaţie factuală, aşa că, prin definiţie, ea este adevărată sau falsă. Prin urmare, nu este relevant dacă sînt sau nu de acord cu ea. Nu pot să fiu sau să nu fiu de acord cu o opinie, dar o afirmaţie factuală este fie adevărată, fie falsă, indiferent ce opinie am despre ea. În schimb, dacă aş fi replicat astfel la afirmaţia dumneavoastră: „Cred că vă înşelaţi", acesta ar fi un răspuns competent, deoarece acum am fi discutat despre adevărul afirmaţiei dumneavoastră, nu despre acordul sau dezacordul meu în privinţa ei.

Pe măsură ce vă perfecţionaţi aptitudinea de a diferenţia opiniile de afirmaţii factuale, nu uitaţi două principii. În primul rînd, *opiniile sînt opinii, indiferent dacă sînteţi sau nu de acord cu ele*. De exemplu, dacă sînteţi de părere că avortul ar trebui să fie legal în Statele Unite, puteţi fi înclinat să numiţi aceasta o afirmaţie bazată pe realitate. Totuşi, nu este aşa. Este susţinerea unei opinii, deoarece exprimă o evaluare cu privire la ceva ce „ar trebui" să fie într-un anumit fel. În al doilea rînd, *afirmaţiile factuale sînt afirmaţii factuale, indiferent dacă sînt adevărate sau nu*. Dacă credeţi că nu este adevărat că oamenii religioşi sînt mai fericiţi decît oamenii nereligioşi, de exemplu, puteţi avea tendinţa de a considera această afirmaţie o opinie, însă nu este cazul. Chiar dacă afirmaţia nu este adevărată, este totuşi o afirmaţie factuală, deoarece exprimă ceva ce poate fi verificat prin intermediul dovezilor.

Diferenţierea opiniilor de afirmaţiile factuale necesită exerciţiu, dar vă va ajuta să răspundeţi competent la fiecare tip de afirmaţie verbală. Citiţi caseta „Evaluaţi-vă aptitudinile", ca să vedeţi cît de bine vă descurcaţi în acest moment. Exerciţiul „Aplicaţi" de la pagina 197 vă sugerează alte cîteva modalităţi de a exersa această aptitudine.

După cum am observat mai devreme, diferenţierea opiniilor de afirmaţiile factuale este dificilă mai ales cînd ne confruntăm cu chestiuni cu o conotaţie emoţională puternică, de exemplu, cu valori religioase, cu aspecte de ordin etic sau moral. Cu cît avem sentimente mai intense faţă de o anumită problemă, cu atît avem o tendinţă mai mare de a ne considera convingerile afirmaţii factuale, mai degrabă decît opinii. În astfel de cazuri, sîntem mai puţin înclinaţi să luăm în calcul posibilitatea ca alţi oameni să aibă opinii diferite de ale noastre, dar care să fie totuşi valide.

Subiect de discuţie: Diferenţa dintre afirmaţiile „Nu sînt de acord" şi „Cred că te înşeli" poate fi dificil de sesizat la început. Prima afirmaţie arată că o persoană are o opinie diferită; a doua implică faptul că realităţile prezentate de vorbitor sînt inexacte. Acestea două sînt mesaje calitativ diferite.

Să analizăm exemplul controversei intense despre eutanasie, practica de a pune capăt vieţii – într-un mod ce reduce durerea la minim – unei persoane sau a unui animal care suferă de o boală terminală, ca mijloc de limitare a suferinţei[60]. Cei care o susţin percep eutanasia drept un act de milă lipsită de egoism, în timp ce opozanţii ei o consideră un act de cruzime egoistă[61]. Atît susţinătorii eutanasiei, cît şi opozanţii cred că poziţia lor este justă. Probabil că unii dintre ei nu îşi dau seama că ambele luări de poziţie sînt opinii, nu realităţi. Dacă un comportament este milos sau crud depinde de convingerile individuale, nu depinde de nici un standard obiectiv.

EVALUAŢI-VĂ APTITUDINILE

Cît de bine puteţi diferenţia opiniile de afirmaţiile factuale?

Capacitatea de a diferenţia opiniile de afirmaţiile factuale este o aptitudine importantă pentru comunicarea verbală eficientă. Cît de bine puteţi identifica deosebirile? Citiţi fiecare dintre afirmaţiile următoare. Fără a presupune nimic mai mult decît vă arată afirmaţia, precizaţi dacă sînteţi de părere că este o opinie sau o afirmaţie factuală, bifînd în dreptul coloanei adecvate.

	Afirmaţie factuală	Opinie
1. Lady Gaga este cea mai bună cîntăreaţă din lume.	______	______
2. Televiziunea a fost inventată în anii '20.	______	______
3. Persoanele religioase sînt mai fericite decît persoanele nereligioase.	______	______
4. Este mai bine pentru Statele Unite să aibă un preşedinte democrat.	______	______
5. Bărbaţii vorbesc la fel de mult ca femeile.	______	______
6. Cuplurile formate din persoane de acelaşi sex nu trebuie să aibă voie să se căsătorească.	______	______
7. Copiilor ar trebui să li se impună să înveţe o limbă străină.	______	______
8. Neil Armstrong a fost primul om care a păşit pe lună.	______	______
9. Cîinii au un simţ al mirosului mai bun decît oamenii.	______	______
10. Avortul ar trebui să fie legal în SUA.	______	______

Afirmaţiile 1, 4, 6, 7 şi 10 sînt toate opinii. Afirmaţiile 2, 3, 5, 8 şi 9 sînt toate afirmaţii factuale. Cît de bine v-aţi descurcat? Dacă aţi dat cîteva răspunsuri greşite, nu vă faceţi probleme – diferenţierea opiniilor de afirmaţiile factuale poate fi mai dificilă decît pare.

Deşi probabil este mai dificil să diferenţiem opiniile de afirmaţiile factuale cînd avem convingeri solide cu privire la un anumit subiect, adesea este cel mai important să operăm diferenţierea chiar în acele cazuri. În loc să le spunem altora că poziţiile lor cu privire la aspectele delicate sînt corecte sau greşite, spuneţi-le că sînteţi sau nu de acord cu respectivele luări de poziţie. Astfel, vă exprimaţi propria poziţie, dar recunoaşteţi faptul că pot exista opinii diferite – chiar contradictorii.

Exprimaţi-vă la un nivel adecvat

Procedeele lingvistice eficace trebuie să demonstreze că sînt izomorfe cu aptitudinea cerebrală a ansamblului. Dacă nu înţelegeţi clar semnificaţia acestei afirmaţii, înseamnă că limbajul este nepotrivit de complex. Afirmaţia înseamnă pur şi simplu că mesajele bune trebuie să fie pe înţelesul ascultătorilor.

Cînd vorbiţi „pe deasupra", altor persoane le este foarte greu să vă urmărească.

Subiect de discuţie: Studenţii pot da probabil exemple de profesori care „le-au vorbit prea simplist" şi de profesori care „le-au vorbit pretenţios".

Parţial, a comunica verbal în mod eficient înseamnă a şti cît de simplu sau de complex ar trebui să fie limbajul dumneavoastră, în raport cu ascultătorii. De exemplu, un profesor competent ştie să folosească un limbaj mai simplu cînd predă un curs introductiv, spre deosebire de predarea unui curs avansat, deoarece studenţii de la ambele cursuri au niveluri diferite de înţelegere. Cînd oamenii folosesc un limbaj prea complex pentru publicul lor, „vorbesc pretenţios". Dacă aţi trăit astfel de situaţii, ştiţi cît de dificil poate fi să înţelegeţi ce încearcă să spună vorbitorul.

Problema opusă constă în a le vorbi oamenilor „prea simplist" sau folosirea unui limbaj inadecvat de elementar. Adesea, oamenii vorbesc prea simplist din greşeală. Puteţi da detalii inutile cînd îi oferiţi cuiva indicaţii privind direcţia în care trebuie să conducă maşina, de exemplu, pentru că nu vă daţi seama că ştie de fapt zona respectivă. Alteori, oamenii folosesc

în mod voit un limbaj prea simplificat. Acest comportament îi poate determina pe ascultători să se simtă priviţi de sus, nerespectaţi sau chiar insultaţi.

Atît limbajul simplu, cît şi limbajul complex îşi au locul lor adecvat. Pentru a comunica în mod eficient, ar trebui să vă exersaţi capacitatea de a adopta perspectiva altora. Puneţi-vă în locul ascultătorilor şi apoi gîndiţi-vă cît de simple sau de complexe ar trebui să fie cuvintele dumneavoastră.

Asumaţi-vă gîndurile şi sentimentele

Oamenii folosesc adesea un limbaj prin care transferă responsabilitatea pentru gîndurile şi sentimentele lor asupra altora. Poate că întotdeauna aţi urît să mergeţi în vizită la mătuşa Alice, pentru că de fiecare dată cînd nu vă înţelege spune „Nu vorbeşti clar", dar, cînd dumneavoastră nu o înţelegeţi, spune „Nu eşti atent". Folosind acest tipar de exprimare, Alice dă vina pe dumneavoastră pentru neînţelegeri, dar nu îşi asumă deloc responsabilitatea pentru propriul său rol în procesul de comunicare. De exemplu, în loc de faptul că dumneavoastră nu vă exprimaţi clar, problema ar putea fi că Alice însăşi nu foloseşte un limbaj clar, inteligibil. Poate că aţi întîlnit în realitate persoane care, asemenea lui Alice, par întotdeauna să-i facă pe alţii responsabili pentru modul în care comunică ei înşişi.

Persoanele care comunică bine îşi asumă responsabilitatea pentru gîndurile şi sentimentele proprii, folosind afirmaţii la persoana întîi, mai degrabă decît afirmaţii la persoana a doua. O **afirmaţie la persoana întîi** îşi asumă proprietatea gîndurilor şi sentimentelor persoanei care o emite, în timp ce o **afirmaţie la persoana a doua** transferă responsabilitatea respectivă unei alte persoane. În loc să spună „Nu vorbeşti clar", Alice ar putea spune „Mi-e greu să te înţeleg". În loc să spună „Mă enervezi", ar putea spune „Acum m-am enervat".

➲ **afirmaţie la persoana întîi** Afirmaţie care îşi asumă proprietatea gîndurilor sau sentimentelor.

➲ **afirmaţie la persoana a doua** Afirmaţie care transferă responsabilitatea pentru gîndurile sau sentimentele proprii asupra ascultătorului.

Afirmaţiile la persoana întîi nu ignoră problema, ci pur şi simplu îi permit vorbitorului să-şi asume proprietatea sentimentelor sale. Această proprietate este importantă, deoarece recunoaşte faptul că deţinem controlul asupra a ceea ce gîndim şi simţim. Afirmaţiile constructive la persoana întîi includ patru părţi care exprimă clar proprietatea:

- „simt că..." (vă exprimaţi responsabilitatea pentru sentimentele proprii);
- „cînd tu..." (identificaţi comportamentul care generează sentimentele dumneavoastră);
- „deoarece..." (indică trăsătura comportamentului care v-a indus sentimentele);
- „şi ţi-aş fi recunoscător dacă ai..." (oferă o alternativă ia comportament).

De exemplu, să presupunem că pe Colin îl frustrează comportamentul lui Ji, colega sa de birou, deoarece lasă uşa biroului deschisă cînd nici unul dintre ei nu este înăuntru. Iată o modalitate prin care şi-ar putea exprima aceste sentimente:

> Trebuie să nu mai laşi uşa deschisă, pentru că poate intra oricine şi poate lua orice doreşte. Începi să mă calci pe nervi.

Subiect de discuţie: Tendinţa de a transfera responsabilitatea asupra altora este asociată probabil cu absenţa încrederii în sine. Dacă lui Alice îi lipseşte încrederea în sine, atunci a recunoaşte că nu se exprimă clar sau că îi înţelege greşit pe ceilalţi i-ar ameninţa şi mai mult încrederea în sine.

Această afirmaţie identifică în mod corect faptul că Ji manifestă comportamentul problematic; la urma urmei, ea este cea care lasă uşa deschisă. Totuşi, afirmaţia nu recunoaşte faptul că sentimentele de frustrare ale lui Colin îi aparţin. Să analizăm acum un mod mai constructiv de a-şi comunica sentimentele:

> Mă enervez cînd laşi uşa biroului deschisă, pentru că poate intra oricine şi poate fura servieta mea sau poşeta ta. Ţi-aş fi foarte recunoscător dacă ai închide uşa ori de cîte ori pleci din birou.

AVEŢI APTITUDINI?

AFIRMAŢII LA PERSOANA ÎNTÎI

Folosind afirmaţiile la persoana întîi, vă asumaţi propriile gînduri şi sentimente.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să folosiţi afirmaţii la persoana întîi.	Ca să vă asumaţi proprietatea şi responsabilitatea pentru gîndurile şi sentimentele dumneavoastră, de exemplu, în cazul în care vă confruntaţi cu o chestiune interpersonală, cum ar fi o problemă privind ceva ce face sau nu face un prieten sau o rudă.	1. Începeţi prin a spune: „Simt că...", identificîndu-vă astfel sentimentele. 2. Spuneţi apoi: „cînd tu...", identificînd astfel comportamentul care vă generează sentimentele. 3. Spuneţi apoi: „deoarece...", identificînd ce anume vi se pare problematic la comportamentul respectiv. 4. În cele din urmă, spuneţi „şi ţi-aş fi recunoscător dacă ai...", sugerînd o soluţie a problemei.	1. Data viitoare cînd mai consideraţi comportamentul cuiva problematic, nu spuneţi „Mă enervezi" sau „Mă faci să mă îngrijorez", ci comunicaţi-vă mesajul sub forma unei afirmaţii la persoana întîi. 2. Exersaţi şi imaginaţi-vă: colegul dumneavoastră de cameră lasă dezordine, nu plăteşte pentru partea lui de cumpărături şi pune muzică atunci cînd încercaţi să dormiţi. În scris, elaboraţi două afirmaţii diferite la persoana întîi pe care le-aţi putea folosi pentru a rezolva situaţia.

ANALIZAŢI: ***De ce este benefic să vă asumaţi proprietatea gîndurilor şi sentimentelor?***

Observaţi că afirmaţia nu ignoră problema, nici nu o minimalizează, ci mai degrabă îi permite lui Colin să-şi asume responsabilitatea pentru sentimentele sale de frustrare şi să identifice clar în ce mod şi-ar dori ca Ji să-şi schimbe comportamentul.

Avantajul major al utilizării afirmaţiilor la persoana întîi este că există o probabilitate mai mică decît în cazul afirmaţiilor la persoana a doua ca ele să îl determine pe ascultător să adopte o poziţie defensivă[62]. Spunînd „Începi să mă calci pe nervi", Colin pare că o acuză pe Ji, situaţie care are potenţialul să o facă să reacţioneze defensiv. În schimb, spunînd „Mă enervez cînd laşi uşa deschisă", Colin recunoaşte că este responsabil pentru propriile lui sentimente şi sugerează doar o modificare a comportamentului lui Ji. Ji poate să nu fie de acord cu evaluarea lui, dar probabil că sînt şanse mai reduse să aibă impresia că el o atacă sau o acuză.

Poate fi dificil să învăţaţi să folosiţi afirmaţiile la persoana întîi, pentru că putem crede că alte persoane ne generează de fapt gîndurile şi sentimentele; prin urmare, ni se poate părea just să spunem: „Mă enervezi". Amintiţi-vă că ceilalţi nu ne pot controla gîndurile şi sentimentele, dacă noi nu le permitem acest lucru. Comunicarea eficientă foloseşte exprimări care admit responsabilitatea noastră privind modul în care gîndim şi simţim şi asumarea gîndurilor şi sentimentelor. Pentru a exersa aceste abilităţi, citiţi caseta „Aveţi aptitudini?".

Pe scurt, există cîteva modalităţi prin care puteţi ajunge să comunicaţi verbal mai eficient. Ţineţi cont de efectul pe care vreţi să-l aibă felul în care folosiţi limbajul asupra celor din jur şi elaboraţi-vă mesajele verbale în acest sens. Diferenţiaţi opiniile de afirmaţiile factuale, mai ales în cazul problemelor foarte delicate sau controversate. Folosiţi un limbaj adecvat pentru ascultătorii dumneavoastră. Asumaţi-vă proprietatea gîndurilor şi sentimentelor şi folosiţi un limbaj care să reflecte acest lucru. Elementele menţionate se numără printre cele mai eficiente moduri de a vă îmbunătăţi capacitatea de comunicare verbală în contexte interpersonale.

ÎNVĂȚAȚI În ce constă eroarea privind informațiile comune? Prin ce se diferențiază opiniile de afirmațiile factuale? De ce este important să vorbim la un nivel adecvat? Care sînt cele patru componente ale unei afirmații constructive la persoana întîi?

APLICAȚI Diferențierea afirmațiilor factuale de opinii poate fi dificilă, nu numai în timp ce vorbiți, dar și cînd îi ascultați pe alții. Exersați această aptitudine, urmărind un buletin de știri la televizor sau citind un blog pe Internet. Notați cinci afirmații pe care le auziți sau le citiți și, la fiecare, întrebați-vă dacă este o realitate, o opinie sau un alt tip de afirmație (de exemplu, o indicație). Nu uitați că afirmațiile factuale susțin lucruri care pot fi verificate prin intermediul dovezilor, în timp ce opiniile exprimă judecățile sau evaluările unei persoane cu privire la ceva anume. Exersînd, veți reuși să vă perfecționați capacitatea de a distinge opiniile de afirmațiile factuale.

REFLECTAȚI Cînd cineva vă vorbește simplist, ce anume gîndiți despre persoana respectivă? Cînd aveți tendința de a comite eroarea de monopolizare?

REȚINEȚI IDEILE DIN CAPITOL

1. Specificul limbajului (p. 167)
   - Limbajul constă din cuvinte care reprezintă sau simbolizează obiecte sau concepte.
   - Conexiunea dintre majoritatea cuvintelor și obiectele sau conceptele pe care le simbolizează este arbitrară.
   - Limbile sînt guvernate de reguli fonologice, sintactice, semantice și pragmatice.
   - Cuvintele au sensuri atît denotative, cît și conotative.
   - Afirmațiile verbale variază sub aspectul gradului de ambiguitate.
   - Semnificația limbajului este influențată de contextele sociale și culturale în care este folosit.
2. Evaluarea forței cuvintelor (p. 174)
   - Acordarea numelor constituie o modalitate fundamentală de a asocia o identitate unei ființe sau unui lucru.
   - Limbajul poate fi folosit pentru a-i convinge pe alții să gîndească sau să acționeze într-un anumit fel.
   - Unele forme de limbaj sînt percepute ca fiind mai credibile decît altele.
   - Oamenii folosesc comportamentul verbal în relațiile personale, pentru a comunica afecțiune și pentru a crea intimitate.
   - Putem utiliza cuvintele pentru a-i alina pe ceilalți, dar și pe noi înșine.
3. Uzul limbajului și abuzul de limbaj (p. 184)
   - Umorul se bazează pe o încălcare a așteptărilor.
   - Eufemismele ne permit să discutăm subiecte delicate cu minimum de stînjeneală.
   - Multe subculturi au un argou propriu, avînd rolul de a marca apartenența la grupurile respective.
   - Insulta și calomnia sînt utilizări verbale și în scris ale limbajului defăimător.
   - Limbajul ofensator este un tip de limbaj considerat vulgar, nepoliticos sau obscen în contextul în care este folosit.
   - Limbajul ostil este o formă a limbajului ofensator care vizează jignirea sau intimidarea unui anumit grup de oameni.
4. Perfecționarea utilizării limbajului (p. 191)
   - Evitați eroarea privind informațiile comune, opiniile comune și eroarea de monopolizare.
   - Învățați să diferențiați opiniile de afirmațiile factuale și să reacționați în mod adecvat la fiecare.
   - Adaptați-vă exprimarea la nivelul de înțelegere adecvat ascultătorilor dumneavoastră.
   - Asumați-vă proprietatea gîndurilor și sentimentelor dumneavoastră, folosind afirmații la persoana întîi, mai degrabă decît afirmații la persoana a doua.

TERMENI-CHEIE

a raţiona (p. 177)
afirmaţie la persoana a doua (p. 195)
afirmaţie la persoana întîi (p. 195)
argou (p. 186)
calomnie (p. 187)
credibilitate (p. 178)
defăimare (p. 187)
etos (p. 176)
eufemism (p. 185)
insultă (p. 187)
ipoteza Sapir-Whorf (p. 172)
limbaj (p. 167)
limbaj ambiguu (p. 172)
limbaj ofensator (p. 188)
limbaj ostil (p. 189)
limbaj puternic conotativ (p. 171)
logos (p. 177)
onomatopee (p. 169)
patos (p. 177)
sens conotativ (p. 170)
sens denotativ (p. 170)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUŢII

1. Ţinînd cont de ipoteza Sapir-Whorf, la ce exemple vă puteţi gîndi care să ilustreze cum reflectă limbajul comportamentele şi atitudinea dumneavoastră culturale?
2. Cu cît învăţaţi mai multe despre persuasiune, cu atît vă consolidaţi aptitudinea de a-i convinge pe alţii. Care sînt implicaţiile etice asociate cu posedarea capacităţii de a convinge?
3. De ce credeţi că atît de mulţi oameni rîd de glume care îi dezgustă pe alţii? O glumă poate fi comică chiar dacă vi se pare de prost gust? Explicaţi.
4. Există multe dezacorduri legate de legile privind limbajul ostil. Susţinătorii lor afirmă că acestea sînt necesare pentru a promova civilitatea; criticii argumentează că reprezintă o formă neconstituţională de cenzură. Ce părere aveţi?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Definiţia de dicţionar a unui cuvînt constituie sensul său ______, iar implicaţiile cuvîntului respectiv reprezintă sensul său ______
   a. denotativ, conotativ;
   b. conotativ, denotativ;
   c. denotativ, relaţional;
   d. conotativ, relaţional.
2. Toate elementele următoare aparţin triunghiului semantic al lui Ogden şi Richard, *cu excepţia*:
   a. simbolului;
   b. referinţei;
   c. referentului;
   d. articolului.
3. O expresie cu sens vag, atenuat, care simbolizează ceva mai direct sau mai brutal se numeşte:
   a. eugenie;
   b. echivoc;
   c. eufemism;
   d. emfază.
4. Sophie vrea o bicicletă nouă, aşa că încearcă să-şi facă tatăl să o compătimească, spunînd că este singura studentă din clasa ei care nu are o bicicletă bună. Strategia persuasivă a lui Sophie este să facă apel la:
   a. patos;
   b. logos;
   c. etos;
   d. echivoc.

5. Persoanele care comunică eficient își asumă responsabilitatea pentru propriile gînduri și sentimente, utilizînd:
   a. afirmații la persoana întîi;
   b. afirmații la persoana a doua;
   c. afirmații la persoana întîi plural;
   d. afirmații la persoana a treia plural.

Completați spațiile goale

6. Deoarece limbajul este ______, fiecare cuvînt reprezintă un anumit obiect sau o idee, dar cuvîntul nu constituie obiectul sau ideea în sine.
7. Un cuvînt a cărui sonoritate îi imită înțelesul este un exemplu de ______ .
8. Regulile ______ îi permit unei persoane să facă legătura dintre cuvîntul *laptop* și conceptul de „calculator".
9. Ideea că putem concepe ceva doar dacă avem un cuvînt pentru respectiva noțiune este cunoscută drept ______.
10. Termenii și sintagmele care au scopul de a-i păcăli pe ascultători, lăsînd să se înțeleagă ceva ce nu spun de fapt, se numesc ______.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (a); 2 (d); 3 (c); 4 (a); 5 (a); Completați spațiile goale: 6 (simbolic); 7 (onomatopee); 8 (semantice); 9 (determinism lingvistic); 10 (cuvinte ambigue).

RESURSE

Filme

Babel (dramă, 2006, interzis minorilor)
În *Babel*, un cuplu căsătorit din California se află în vacanță în Maroc, cînd soția este împușcată în timp ce mergeau cu un autobuz. Filmul prezintă povestea lor în paralel cu povestea bonei lor de acasă, de la San Diego, povestea unui marocan și a fiilor săi adolescenți și a unei fete cu deficiențe de auz din Japonia. Toate cele patru relatări au la bază provocarea de a-i înțelege – și de a fi înțeles – pe alții care au limbaje diferite.

Windtalkers (*Mesaje secrete*, dramă, 2002, interzis minorilor)
Acest film prezintă povestea pușcașilor marini trimiși în Pacific în cel de-al doilea război mondial, pentru a intercepta și a traduce transmisiunile radio japoneze, despre care armata SUA descoperise că erau comunicate folosind limbajul străvechi al indienilor navajo. Traducătorii, „spărgătorii de cod", sînt foarte bine protejați din cauză că sînt valoroși pentru misiunea militară a SUA. Filmul ilustrează o aplicare directă a capacității de a înțelege și de a utiliza limbajul.

Cărți și articole din periodice

Houston, T.L., Caughlin, J.P., Houts, R.M., Smith, S.E., George, L.J. (2001). The connubial crucible: Newlywed years as predictors of marital delight, distress and divorce. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, pp. 237-252.

Moore, C.J., (2004). *In other words: A language lover's guide to the most intriguing words around the world*. New York: Walker.

Pinker, S. (2007). *The stuff of thought: Language as a window into human nature*. New York: Viking.

Site-uri

www.lsadc.org

Aceasta este pagina Societăţii de Lingvistică din America (Linguistic Society of America), organizaţie fondată în 1924 pentru a susţine studiul ştiinţific al limbajului.

www.aclu.org/studentsrights/expression/12808pub19941231.html

Această pagină web a Asociaţiei pentru Drepturile Civile din SUA defineşte limbajul ostil şi prezintă o argumentare împotriva interzicerii sale prin intermediul reglementărilor sau legislaţiei.

6

Comunicarea nonverbală

Specificul comunicării nonverbale

Zece canale ale comunicării nonverbale

Cultura, sexul şi comunicarea nonverbală

Perfecţionarea aptitudinilor de comunicare nonverbală

UN MOMENT EMOȚIONANT PENTRU PRIMA DOAMNĂ

În aprilie 2009, în timpul vizitei sale în Marea Britanie în calitate de Primă Doamnă, Michelle Obama a creat rumoare cînd și-a pus brațul în jurul reginei Elisabeta a II-a, într-un gest de prietenie. Deși un astfel de contact fizic prietenos este natural în cultura americană, în Marea Britanie a însemnat o încălcare a protocolului, vizitatorii palatului regal fiind avertizați cu fermitate să nu o atingă niciodată pe regină decît dacă aceasta le întinde mîna. Regula privind interdicția atingerii reflectă o lungă tradiție istorică prin care se considera că regii și reginele posedă puteri divine, inclusiv puterea de a vindeca bolile prin atingere. Oamenii credeau că, dacă atingerea unui monarh putea vindeca, acesta trebuia să-și conserve puterea respectivă, nepermițîndu-le altora să-l atingă. Deși astfel de credințe nu mai sînt răspîndite, protocolul oficial continuă să interzică atingerea unui rege sau a unei regine în majoritatea circumstanțelor. Prin urmare, mulți oameni din Marea Britanie au fost șocați să o vadă pe Michelle Obama punîndu-și brațul în jurul reginei. Totuși, purtătorii de cuvînt ai reginei au insistat ulterior că ea nu a fost ofensată de gestul afectuos al Primei Doamne.

Comunicarea nonverbală are un impact puternic. Uneori, cel mai mic gest – o privire, un ton călduros, o atingere afectuoasă cu un alt șef de stat – pot transmite mesaje indubitabile despre noi înșine. În plus, atît de mult din ceea ce putem afla despre gîndurile și sentimentele altor persoane nu se bazează pe ascultarea cuvintelor lor, ci pe observarea limbajului corporal – le urmărim expresiile faciale, vedem cum se mișcă și ce gesturi fac și le remarcăm contactele vizuale. Aceste comportamente, precum și altele, transmit uneori enorm de multe informații cu privire la oameni, în moduri eficiente și uneori subtile.

1. Specificul comunicării nonverbale

În serialul TV de desene animate *The Simpsons* (*Familia Simpson*), Marge Simpson rareori se sfiește să-și manifeste dezaprobarea cu privire la purtările urîte ale soțului sau ale copiilor săi. Ea își comunică adesea sentimentele prin expresii faciale, postură și sunetul gutural pe care îl scoate cînd este iritată. Acestea și alte comportamente nonverbale transmit în mod clar atitudinea lui Margie oricui se întîmplă să fie în preajma ei. De ce comportamentul nonverbal este o formă atît de eficientă de comunicare? Vom afla în această secțiune, diferențiind mai întîi comunicarea nonverbală de comunicarea verbală și analizînd apoi cinci dintre cele mai importante caracteristici ale sale.

Ce este comunicarea nonverbală?

Nonverbal înseamnă exact ceea ce pare – neverbal. Comunicarea nonverbală nu necesită nici cuvinte, nici limbaj. Cum anume comunicăm cu ceilalți dacă nu prin intermediul cuvintelor și al limbajului?

Răspunsul este: „În multe feluri". Ne putem da seama de foarte multe lucruri despre oameni urmărindu-le expresile faciale și ascultîndu-le tonalitatea vocii. De exemplu, cînd îl ascultați pe medicul dumneavoastră cum vă comunică rezultatele analizelor de sînge pe care le-ați efectuat recent, puteți detecta tensiunea din voce și vă dați seama dacă ceva este în neregulă sau vedeți că are o expresie mulțumită și concluzionați că totul este în ordine. De asemenea, interpretăm gesturile oamenilor și le observăm ținuta. Dacă vedeți doi oameni care se lovesc cu pumnii, vă puteți da seama din comportamentele lor că se joacă, nu se bat cu adevărat.

Exercițiu de redactare: Cînd se discută despre comunicarea nonverbală, studenții se gîndesc adesea la „limbajul corporal". Pe parcursul orei de curs, cereți-le studenților să enumere cît mai multe trăsături ale limbajului corporal, timp de cinci minute. În timp ce discutați despre diversele canale ale comunicării nonverbale, vedeți dacă toate exemplele lor se regăsesc în discuție și vorbiți și despre cele care nu au fost menționate.

În plus, îi evaluăm adesea pe oameni pe baza înfățișării lor. De exemplu, cînd vă uitați la profiluri personale online, vă atrag mai mult unii oameni decît alții, pe baza fotografiilor lor. Uneori îi percepem pe ceilalți din perspectiva modului în care își folosesc timpul și din perspectiva spațiului din jurul lor. Poate că ați încercat să discutați cu șeful dumneavoastră despre evaluarea dumneavoastră recentă, dar v-ați simțit ignorat din cauză că el își tot consulta noul iPhone. Oamenii comunică de obicei mai multe informații prin înfățișarea lor și comportamentele nonverbale decît prin limbaj. În ceea ce privește comunicarea interpersonală, înfățișarea și acțiunile sînt adesea mai relevante decît cuvintele.

Așadar, putem defini **comunicarea nonverbală** drept comportamentele și caracteristicile care transmit semnificații fără a utiliza cuvinte. Comportamentele asociate cu comunicarea nonverbală însoțesc adesea mesajele verbale, pentru a le clarifica sau a le consolida. De exemplu, dacă vă întreabă cineva cum se ajunge la librărie, iar dumneavoastră îi indicați direcția spunînd „E într-acolo", comportamentul nonverbal (indicatul cu mîna) clarifică înțelesul mesajului verbal. În schimb, dacă ați spune doar „E într-acolo", fără să arătați direcția cu mîna, atunci mesajul dumneavoastră verbal ar fi ambiguu – și nu foarte util. Totuși, în alte momente, comportamentele comunicaționale

comunicare nonverbală Comportamente și caracteristici care transmit semnificații fără a face apel la cuvinte.

Subiect de discuție: Arătatul cu degetul este un bun exemplu al eficienței pe care o poate avea comunicarea nonverbală. Adesea, gesturile și comportamentele nonverbale transmit informații mai rapid decît expresiile verbale.

nonverbale transmit o semnificație proprie. De exemplu, dacă mă întrebați unde este librăria, iar eu ridic din umeri, veți deduce probabil din comportamentul meu că nu știu răspunsul la întrebarea dumneavoastră, deși nu am spus de fapt acest lucru.

Comportamentul nonverbal constituie o modalitate de comunicare cu impact puternic și este instinctiv pentru mulți dintre noi. Totuși, interpretarea comportamentelor nonverbale este mult mai complexă decît s-ar putea crede. Cu cît învățați mai multe despre comunicarea nonverbală, cu atît veți reuși să o înțelegeți mai bine.

Cinci caracteristici ale comunicării nonverbale

Este dificil să ne imaginăm existența fără comunicarea nonverbală. Aceasta este extrem de importantă pentru persoanele care nu dispun de abilități lingvistice, de exemplu, pentru copiii care pot vocaliza doar fără cuvinte, și pentru persoanele cu anumite tipuri de probleme neurologice care le limitează capacitatea de a utiliza limbajul, cum ar fi cei care au suferit un atac cerebral. Chiar și oamenii care au capacități lingvistice depind foarte mult de comunicarea nonverbală. De exemplu, pentru că nu vorbește prea bine limba spaniolă, Bergitta a depins de comportamentul nonverbal în timpul călătoriei ei prin Bolivia, Uruguay și Argentina. A fost adesea uimită de cît de bine îi putea înțelege pe ceilalți pur și simplu observîndu-le gesturile și expresiile faciale. Comunicarea presupunea mai multe provocări decît în cazul în care ar fi cunoscut limba respectivă, dar era totuși capabilă să înțeleagă – și să se facă înțeleasă – prin intermediul comportamentelor nonverbale. Să analizăm cinci caracteristici principale ale comunicării nonverbale.

Subiect de discuție: Călătoriile în zone unde nu vorbesc sau nu înțeleg limba poate fi cu adevărat o experiență de „analfabetism", chiar și pentru adulții cultivați.

COMUNICAREA NONVERBALĂ ESTE PREZENTĂ ÎN MAJORITATEA CONVERSAȚIILOR INTERPERSONALE. Fie că stați de vorbă cu o singură persoană sau cu un întreg grup, aveți acces nu numai la cuvintele pe care le rostiți, ci și la cîteva dimensiuni ale comunicării nonverbale. În multe situații, puteți analiza expresiile faciale ale oamenilor, pentru a vedea cum se simt aceștia. De exemplu, vă puteți da seama după expresia sa facială că șeful dumneavoastră s-a plictisit la prînzul de afaceri și că abia așteaptă să plece. De asemenea, și vocea transmite informații despre dispoziția unei persoane. La o petrecere, puteți sesiza după tonul vocii dacă gazda dumneavoastră vorbește serios sau glumește. Chiar și modul în care se îmbracă oamenii sau mirosul lor vă pot transmite informații. La un eveniment amplu de afaceri, dacă priviți în jur, vă puteți da seama care dintre persoane sînt manageri și care sînt angajați obișnuiți după gradul de formalism al vestimentației. Sîntem asaltați de indicii nonverbale în multe tipuri de situații.

În afara sălii de curs: Cereți-le studenților să petreacă un anumit interval de timp (de exemplu, 30 de minute) participînd la o anumită formă de discuție online, de exemplu, într-un chat-room. Spuneți-le să observe toate tipurile de emoticoane folosite în intervalul petrecut online și cît de frecvent este folosit fiecare în parte. Apoi, în timpul cursului, alcătuiți o listă cu 10 cele mai frecvente emoticoane observate. Discutați varietatea emoțiilor prezente în top 10 și observați cîte dintre ele sînt emoții elementare și cîte sînt mai complexe.

În alte contexte comunicaționale, ca, de exemplu, vorbitul la telefon și expedierea mesajelor e-mail, nu avem acces la tot atîtea indicii nonverbale ca în conversațiile față în față. Totuși, ne folosim de ceea ce este disponibil. De exemplu, chiar dacă nu i-am întîlnit vreodată pe cei cu care discutăm la telefon, putem face observații cu privire la vocile lor – observînd cît de repede vorbesc, cît de tare, pe ce ton și cu ce fel de accent. În comunicarea mediată electronic – de exemplu, prin e-mail, mesaje instant și mesaje text – putem introduce indicii nonverbale

prin intermediul **emoticoanelor**. familiarele reprezentări textuale ale expresiilor faciale (figura 6.1). Există şi alte indicii care ne ajută să realizăm evaluări în mediile electronice, de exemplu, pauzele şi utilizarea majusculelor.

emoticoane Reprezentări textuale ale expresiilor faciale.

Comunicarea în formate mediate de calculator, de exemplu, prin e-mail, mesaje instantant şi mesaje text, se bazează mult pe limbaj. Totuşi, chiar şi în aceste medii, oamenii pot introduce expresii faciale nonverbale prin intermediul emoticoanelor (cuvînt care înseamnă simboluri emoţionale). Iată cîteva dintre cele mai comune emoticoane:

Zîmbete	:)
Rîsete	:))
Încruntări	:(
A face cu ochiul	;)
Sărutări	:X
Confuzie	:/
Scos limba	:P



Figura 6.1. Emoticoane: comunicarea nonverbală în cyberspaţiu. Emoticoanele îi ajută pe cititori să descifreze emoţiile emiţătorului. În mod interesant, există diferenţe în utilizarea emoticoanelor din perspectiva sexelor, care reflectă diferenţele dintre sexe în ceea ce priveşte utilizarea expresiilor faciale în comunicarea faţă în faţă. De exemplu, femeile folosesc emoticoanele mai frecvent decît bărbaţii, mai ales cînd comunică cu alte femei. În comunicarea cu persoane de sex opus, bărbaţii tind să folosească emoticoanele în aceeaşi măsură ca femeile, dar femeile nu tind să le folosească în aceeaşi măsură ca bărbaţii. De asemenea, membrii celor două sexe diferă şi din perspectiva *motivaţiei* pentru care folosesc emoticoanele: femeile înclină să le folosească în primul rînd pentru a exprima veselia şi umorul, în timp ce bărbaţii tind să le utilizeze mai degrabă pentru a comunica sarcasmul.

Surse: Microsoft, Inc. (2006). The first smiley :-). Accesat la 19 ianuarie 2006 pe http://research.microsoft.com/~mbj/Smiley.html; Walther, J.B., D'Addario. K. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science Computer Review*, 19, pp. 324-347; Witmer, D., Katzman, S. (1997). On-line smiles: Does gender make a difference in the use of graphic accents? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2(4). Accesat la 23 mai 2000 pe http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/witmer1.html; Wolf. A. (2000). Emotional expression online: Gender differences in emoticon use. *Cyber Psychology & Behavior*, 3, pp. 827-833.

În cea mai mare parte, comunicarea interpersonală include cel puţin o formă de comunicare nonverbală. În plus, cînd avem de interpretat doar cîteva indicii nonverbale, le acordăm o atenţie sporită. De exemplu, caracteristicile verbale precum înălţimea sunetului şi tonul sînt indicii nonverbale importante în conversaţia faţă în faţă, dar sînt şi mai importante la telefon, din cauză că nu avem la dispoziţie atît de multe alte indicii nonverbale, cum ar fi expresiile faciale şi gesturile. La fel, cînd oamenii pierd capacitatea de a-şi folosi simţurile pentru a comunica, compensează de obicei bazîndu-se mai mult pe simţurile

Subiect de discuţie: Cînd alţi indici nonverbali sînt eliminaţi, indicii care rămîn capătă o importanţă mai mare, asemenea unei lumini care pare mai strălucitoare în întuneric cînd nu sînt aprinse alte lumini, decît atunci cînd se aprinde alături de altele.

care le rămîn. De exemplu, persoanele surde acordă o atenţie sporită indicilor vizuali cînd comunică unii cu ceilalţi, deoarece nu sînt capabili să interpreteze caracteristicile vocale. La fel, persoanele oarbe se bazează de obicei mai mult pe auz şi pe pipăit pentru a comunica, deoarece nu sînt capabile să vadă gesturile sau expresiile faciale.

Comunicarea nonverbală transmite adesea mai multe informaţii decît comunicarea verbală. Mergeţi la secţiunea cu cărţi de autoajutorare din orice librărie şi răsfoiţi titluri ca *How to Read a Person Like a Book* (*Cum să citeşti o persoană ca pe o carte*)[1] şi *What You Do Is More Important Than What You Say* (*Ceea ce faci este mai important decît ceea ce spui*)[2]. Probabil veţi avea impresia că aproape toate informaţiile pe care oamenii le obţin comunicînd cu ceilalţi provin din comportamentele nonverbale. De fapt, unele studii nu foarte solide, dar frecvent citate estimează că aproximativ 93% din semnificaţii sînt comunicate pe cale nonverbală[3]. Totuşi, comunicarea nonverbală nu este chiar atît de importantă. Estimările mai realiste ale specialistului în comunicare nonverbală Judee Burgoon sugerează că un procent de 65-70% din semnificaţii provine din indicii nonverbale[4]. Este important că pînă şi statistica mai conservatoare a lui Burgoon sugerează că oamenii comunică mai mult prin comportamente nonverbale decît prin cuvinte.

Comunicarea nonverbală implică adesea canale multiple, concomitent. Pe parcursul unei conversaţii faţă în faţă, vorbitorii pot analiza expresiile faciale, mişcările ochilor, tonalitatea vocii, gesturile, postura şi atingerile, ca surse de informaţii.

Cel mai probabil motiv pentru care comunicarea nonverbală însumează un procent atît de semnificativ este faptul că utilizează multe **canale nonverbale**, care sînt diversele forme comportamentale pe care le ia comunicarea nonverbală. Unele dintre aceste canale se bazează pe simţul văzului, de exemplu, expresiile faciale, gesturile şi înfăţişarea personală. Caracteristicile vocale, precum volumul, înălţimea şi tonalitatea vocii, ne solicită simţul auzului. De asemenea, folosim pentru a comunica şi simţul tactil şi al mirosului. Adesea, exprimăm mesaje diferite prin intermediul unei strîngeri de mînă şi al unei îmbrăţişări şi le transmitem celorlalţi mesaje subtile despre atracţia faţă de alte persoane prin simţul mirosului.

➲ **canale nonverbale** Diversele forme comportamentale pe care le ia comunicarea nonverbală.

În viaţa de zi cu zi: Studenţii pot avea prieteni sau rude care au probleme cu alcoolul şi pot cunoaşte schimbările de dispoziţie şi comportamentale descrise aici. Conform Asociaţiei Americane de Psihiatrie (American Psychiatric Association), alcoolul constituie un factor de risc atît pentru depresia clinică, cît şi pentru tulburarea bipolară.

Uneori ne bazăm pe indicii provenite din canale nonverbale, pentru a înţelege o situaţie, atunci cînd discuţiile cu ceilalţi nu reprezintă o opţiune bună. De exemplu, în calitate de fiu al unei mame alcoolice, Rick a învăţat că mama lui, Claudia, are schimbări foarte bruşte de dispoziţie. Cînd Rick îşi vizitează mama, niciodată nu ştie sigur cum se va simţi ea. Uneori este sociabilă şi veselă, alteori este retrasă şi negativistă. Din cînd în cînd, începe să ţipe la cea mai mică provocare. În timp, Rick şi-a dat seama că poate observa în ce dispoziţie este Claudia – veselă, deprimată sau mînioasă – pur şi simplu dacă îi vede postura şi expresia facială.

De obicei, comunicarea nonverbală este crezută mai mult decît comunicarea verbală. Nu este neobişnuit ca vorbele şi acţiunile unei persoane să transmită mesaje contradictorii. De cele mai multe ori, credem în indiciile nonverbale[5].

Să presupunem că îl aşteptaţi pe prietenul dumneavoastră, Dante, la cafeneaua dumneavoastră preferată. Cînd intră, Dante se lasă în scaunul de lîngă dumneavoastră, dă ochii peste cap şi suspină adînc. Îl întrebaţi ce mai face, iar el spune: „Am avut o zi *minunată*". Comportamentul verbal al lui Dan vă transmite un mesaj („Am o zi minunată"), dar comportamentul său nonverbal sugerează un mesaj destul de diferit („Am o zi groaznică"). Pe care dintre cele două mesaje contradictorii le credeţi? Cei mai mulţi dintre noi s-ar baza mai mult pe ceea ce

face Dante decît pe ceea ce *spune*. Cu alte cuvinte, după cum arată multe studii, am da crezare mesajului nonverbal.

Specialiştii cred că avem mai multă încredere în comunicarea nonverbală, deoarece majoritatea credem că oamenilor le este mai greu să-şi controleze indiciile nonverbale decît pe cele verbale. Astfel, conform propunerilor noastre, comportamentele nonverbale reflectă mai just ceea ce gîndeşte sau simte de fapt o persoană. Lui Dante îi este uşor *să spună* că are o zi minunată, dar, dacă se simte frustrat sau deprimat, probabil îi este mai dificil *să se comporte* ca şi cum i-ar merge bine în acea zi. Prin urmare, cînd se lasă să cadă pe scaun, îşi dă ochii peste cap şi suspină, probabil aţi conchide că are o zi proastă, indiferent ce ar spune.

Preferinţa umană de a da crezare indiciilor nonverbale chiar şi cînd acestea contrazic cuvintele este importantă îndeosebi în detectarea distorsionării adevărului, deoarece oamenii manifestă adesea comportamente verbale şi nonverbale contradictorii cînd mint. Imaginaţi-vă că Tawny lipseşte pentru a treia oară de la reuniunile grupului de studiu pentru că a dormit pînă tîrziu, însă le spune colegilor că a fost la Urgenţe, cu o migrenă severă. Tawny se poate simţi nervoasă în timp ce spune minciuna, mai ales pentru că ştie că ar putea fi dată afară din grup, dacă s-ar da de gol. Este posibil ca nervozitatea ei să îi influenţeze comportamentul nonverbal. Ar putea transpira, i s-ar putea usca gura, glasul i-ar putea fi neobişnuit de tensionat şi ar putea adopta o postură deosebit de rigidă. În schimb, dacă ar fi fost într-adevăr la spital, probabil că nu ar fi avut nici un motiv de nervozitate cînd le-ar fi povestit acest lucru colegilor din grup. Ar fi reuşit să explice calm urgenţa medicală şi şi-ar fi cerut scuze pentru că a lipsit. Prin urmare, dacă pare nervoasă sau vorbeşte iritat, aceste mesaje nonverbale îi vor contrazice mesajul verbal şi pot convinge grupul că nu spune adevărul.

> **Subiect de discuţie:** Nu toate comportamentele nonverbale sînt dificil de controlat. Acest fapt are implicaţii pentru care dintre comportamentele nonverbale sînt indicii bune ale inducerii în eroare. De exemplu, mulţi oameni cred că absenţa contactului vizual este un indicator concludent că vorbitorul minte, dar este de fapt un indiciu *neconcludent* întrucît majoritatea oamenilor pot controla acest lucru. Multora nu le este greu să privească pe cineva în ochi cînd spun o minciună, deci contactul vizual nu este un indicator foarte concludent care semnalează inducerea în eroare.

COMUNICAREA NONVERBALĂ ESTE PRINCIPALUL MIJLOC DE TRANSMITERE A EMOŢIEI. Dispunem de un vocabular verbal bogat pentru a ne descrie emoţiile, dar comportamentele noastre nonverbale le comunică într-un mod mult mai eficient. De cîte ori aţi reuşit să vă daţi seama de sentimentele unei persoane doar privind-o? Este posibil să nu sesizăm întotdeauna corect emoţiile – iar unii dintre noi se pricep mai bine decît alţii să interpreteze emoţiile celorlalţi –, dar studiile arată că oamenii sînt foarte sensibili la indicii emoţionali nonverbali[6].

Emoţia exercită o influenţă importantă asupra comportamentului nostru, iar principala modalitate prin care comunicăm cum ne simţim o reprezintă comportamentele nonverbale. Două canale ale comportamentului nonverbal deosebit de importante în comunicarea emoţiei sînt expresiile faciale şi comportamentele vocale.

Pentru oameni, simţul văzului este foarte important, ceea ce înseamnă că avem tendinţa de a acorda foarte multă atenţie expresiei faciale a unei persoane cînd vrem să îi aflăm starea emoţională. Observăm atent expresiile respective, fie că stăm de vorbă cu oamenii faţă în faţă, fie că îi ascultăm vorbind unui grup sau chiar dacă îi privim la televizor. La reality-show-uri precum *American Idol*, *Project Runway* şi *Extreme Makeover: Home Edition*, de exemplu, producătorii filmează

> **Etica în prim-plan:** Dacă învaţă mai multe depre comportamentul nonverbal, oamenii pot reuşi să detecteze mai bine minciunile. De asemenea, pot avea mai mult succes în propriile lor tentative de inducere în eroare. Este etic să-i învăţăm pe oameni să mintă cu mai mult succes? În ce împrejurări îmbunătăţirea abilităţii cuiva de a păcăli ar putea fi o sarcină meritorie din punct de vedere etic?

> **Subiect de discuţie:** Înainte de curs, răsfoiţi cîteva reviste şi decupaţi fotografii cu oameni înfăţişînd anumite emoţii. Folosiţi la curs cele mai reuşite fotografii, pentru a discuta ce comportamente corporale descrie fiecare emoţie. În multe fotografii, mesajul emoţional va fi transmis îndeosebi prin intermediul feţei. Încercaţi să acoperiţi chipul persoanei din unele fotografii şi vedeţi dacă studenţii pot ghici ce emoţie era transmisă, privind doar corpul persoanei respective.

adesea prim-planuri cu fețele oamenilor în timpul momentelor importante, pentru a surprinde emoțiile transpuse în expresiile lor faciale. Majoritatea ne putem gîndi cu ușurință la tipul de expresie facială care înseamnă fericire: ochii tind să fie mari și strălucitori, iar persoana respectivă are tendința să zîmbească. Această expresie diferă mult de expresiile faciale pe care le asociem cu mînia, tristețea, surpriza și alte stări emoționale. Tiparele distincte pe care le percepem pentru fiecare sînt esențiale pentru a ne ajuta să interpretăm emoțiile altor persoane.

Unele studii sugerează că expresiile faciale ale acestor emoții elementare sînt interpretate în mod foarte asemănător în diverse culturi[7]. Într-un studiu clasic, psihologul Paul Ekman a fotografiat persoane care comunicau șase emoții fundamentale prin intermediul expresiilor lor faciale: fericire, teamă, dezgust, mînie, tristețe și surpriză. A arătat apoi fotografiile unor participanți la studiu din Chile, Brazilia, Argentina, Japonia și Statele Unite. Le-a cerut participanților să asocieze fiecare fotografie cu emoția pe care credeau că o exprimă. Apoi, Ekman a comparat participanții din diferite țări și a descoperit că descriau la fel de bine ce emoție era prezentată în fiecare fotografie[8].

Un aspect al emisiunilor de televiziune de tip reality-show care le face atît de atrăgătoare este exprimarea spontană a emoției.

O serie de studii asemănătoare au obținut aceleași rezultate folosind grupuri dintr-o serie de culturi printre care cea greacă, chineză, turcă, malaeziană, etiopiană, suedeză, italiană, cultura din Sumatra, cea estoniană și scoțiană[9]. Gradul de similaritate în interpretarea manifestărilor emoției diferă de la o cultură și, de asemenea, de la o emoție la alta, exprimările faciale ale unor emoții ca, de exemplu, fericirea fiind intepretate într-o măsură mai coerentă decît altele, precum teama[10]. Totuși, în ansamblu, se pare că expresiile faciale ale emoțiilor noastre cele mai elementare sînt interpretate la fel în întreaga lume.

În viața de zi cu zi: De ce expresiile faciale care indică fericirea sînt mai ușor de interpretat decît expresiile faciale care comunică teama? Expresiile faciale care indică teama variază mai mult decît cele care indică fericirea?

Subiect de discuție: Cînd evaluăm emoțiile oamenilor, ne bazăm pe canalele care ne sînt cel mai la îndemînă. Prin urmare, deși indicii vocali constituie o sursă importantă de informații emoționale în comunicarea față în față, ei devin și mai influenți cînd indicii vizuali sînt eliminați, de exemplu, cînd vorbim la telefon.

De asemenea, acordăm atenție indicilor vocali pentru a înțelege starea emoțională a unei persoane. Cînd cineva țipă și folosește tonalități vocale joase, deducem de obicei că este mînios, în timp ce rîsul și multe variații ale tonalității sugerează veselie sau entuziasm. Se pare că putem interpreta mai just emoțiile prin intermediul indicilor vocali decît prin intermediul expresiilor faciale[11]. Acest lucru pare să fie adevărat îndeosebi atunci cînd canalul vocal este singurul canal la care avem acces, de exemplu, cînd vorbim cu cineva la telefon. Nu obținem neapărat *mai multe* informații despre starea emoțională a unor persoane din expresiile lor faciale, dar putem obține informații *mai corecte*.

COMUNICAREA NONVERBALĂ REALIZEAZĂ METACOMUNICAREA. Vă amintiți din capitolul 1 că metacomunicarea înseamnă comunicare *despre* comunicare și că adesea realizăm metacomunicarea în mod verbal. Cînd folosim afirmații cum ar fi „Îți voi spune ce cred eu" și „Nu înțelege greșit ceea ce îți spun", transmitem mesaje legate de celelalte mesaje ale noastre - cu alte cuvinte, comunicăm despre comunicare. De obicei, procedăm astfel pentru a evita neînțelegerile și pentru a le oferi ascultătorilor semnificații mai clare. De asemenea, cîteva comportamente *nonverbale* ne ajută să ne îndeplinim scopul de a comunica în mod clar.

De exemplu, să presupunem că luați cina împreună cu sora dumneavoastră și ea se apleacă spre dumneavoastră, își reduce tonul vocii pînă la șoaptă, își acoperă gura cu mîna, ca și cum s-ar pregăti să vă comunice un secret. Această combinație de comportamente nonverbale vă trimite mesajul: „Vreau să auzi doar tu ceea ce-ți voi spune". Cu alte cuvinte, comportamentul ei nonverbal vă va metacomunica intențiile ei.

Folosim adesea comportamente nonverbale, ca, de exemplu, expresiile faciale și gesturile, pentru a indica modul în care ar trebui să ne interpreteze altcineva mesajele. De exemplu,

putem zîmbi sau face cu ochiul pentru a arăta că sîntem sarcastici sau ridicăm sprîncenele ca să semnalăm că spunem ceva foarte serios. Toate acestea sînt exemple de moduri în care putem folosi indicii nonverbali în scopul metacomunicării.

Subiect de discuție: Chiar și tonul specific al vocii care însoțește de obicei sarcasmul – caracterizat printr-un nivel înalt al inflexiunii vocale și prin accentuarea laturii sarcastice a mesajului – are rol metacomunicativ.

Funcțiile comunicării nonverbale

Vom vedea în cele ce urmează că aceste comportamente nonverbale pot apărea în mai multe forme sau canale. Oamenii folosesc aceste canale din diverse motive. Vom analiza şase funcţii comune ale comunicării noverbale în relaţiile personale.

GESTIONAREA CONVERSAŢIILOR. Deşi conversaţiile implică un schimb de comunicări verbale, folosim cîteva comportamente nonverbale care contribuie la derularea nestînjenită a conversaţiilor noastre cu ceilalţi. Îndeosebi indicii nonverbali ne ajută să iniţiem, să menţinem şi să încheiem conversaţiile.

- *Iniţierea conversaţiilor*: Trei indici nonverbali sînt deosebit de relevanţi pentru a iniţia o conversaţie: spaţiul personal, înfăţişarea fizică şi contactul vizual. În primul rînd, aveţi cele mai multe şanse să iniţiaţi conversaţii cu persoanele aflate cel mai aproape de dumneavoastră, mai degrabă decît cu cele aflate mai departe[12]. Prin urmare, locul în care se întîmplă să staţi influenţează parţial cu cine veţi discuta. În al doilea rînd, sînt şanse mai mari să iniţiaţi conversaţii cu persoanele pe care le consideraţi atrăgătoare din punct de vedere fizic[13]. Deoarece persoanele atrăgătoare sînt adesea solicitate drept parteneri de conversaţie, este posibil să nu reuşiţi întotdeauna să iniţiaţi conversaţii cu ele. În cele din urmă, veţi avea tendinţa să vorbiţi mai degrabă cu persoanele care vă privesc în ochi[14]. Invers, cînd anumite persoane evită contactul vizual cu dumneavoastră, vă semnalează adesea că nu sînt disponibile pentru conversaţii.

Subiect de discuție: Întrebați-vă studenții în ce situații sociale evită contactul vizual cu alții, pentru a descuraja conversația.

- *Menţinerea conversaţiilor*: Pe parcursul unei conversaţii, veţi folosi probabil gesturile, contactul vizual şi tonul vocii drept **indicii privind alternarea replicilor** – indici nonverbali care arată cînd vine şi cînd se încheie rîndul unei persoane să vorbească. De exemplu, puteţi ridica un deget, gest care indică faptul că aveţi ceva de spus sau că încă nu aţi terminat de vorbit. Şi contactul vizual poate avea o funcţie asemănătoare de semnalare a alternării replicilor. Conform studiilor, cei mai mulţi dintre noi menţinem mai multă vreme contactul vizual cu un partener conversaţional cînd ascultăm decît cînd vorbim[15]. Prin urmare, puteţi menţine contactul vizual în timp ce vorbiţi, pentru a semnala că încă nu aţi terminat.

⊃ indicii privind alternarea replicilor Comportamente nonverbale care arată cînd vine și cînd se încheie rîndul unei persoane să vorbească.

- *Finalizarea conversaţiilor*: Modificarea comportamentului vizual şi a posturii sînt strategii comune pentru finalizarea unei conversaţii. Cînd specialistul în comunicare Mark Knapp şi colegii săi i-au rugat pe participanţii la un experiment să încerce să încheie conversaţiile, cel mai frecvent comportament de „la revedere" a fost întreruperea contactului vizual[16]. Deoarece avem tendinţa de a-i privi pe oameni cînd îi ascultăm, o modalitate prin care putem semnala că sîntem gata pentru finalizarea unei conversaţii ar fi să întrerupem contactul vizual cu cealaltă persoană. O a doua strategie este să ne modificăm unghiul posturii dinspre persoana respectivă spre direcţia în care

Subiect de discuție: Printre alte comportamente nonverbale asociate cu despărțirea se numără diminuarea încuviințărilor din cap și a feedbackurilor și semnele de plictiseală, precum suspinele și căscatul.

dorim să mergem. Acest comportament, numit *poziţionare spre stînga*, semnalează fapt că ne pregătim să părăsim locul unde se desfăşoară conversaţia[17].

EXPRIMAREA EMOŢIILOR. Faptul că multe comportamente umane nonverbale comunică informaţii despre starea emoţională înseamnă că interpretarea emoţiilor unei alte persoane ne poate oferi indicii importante despre cum să reacţionăm mai bine cu persoana respectivă. Cele mai expresive canale nonverbale pentru emoţii sînt expresiile faciale şi comportamentele vocale.

- *Exprimarea facială a emoţiilor*: Mulţi dintre noi ne „purtăm" emoţiile pe faţă[18]. Expresiile faciale reprezintă o parte atît de importantă a experienţei noastre ca fiinţe sociale încît începem să ne semnalăm emoţiile prin intermediul lor de foarte timpuriu. De exemplu, conform unor studii, copiii mici încep să zîmbească ca reacţie la stimulii externi, cum ar fi o voce plăcută şi o atingere blîndă, aproximativ la sfîrşitul primei luni de viaţă[19]. La vîrsta de zece luni, majoritatea copiilor zîmbesc mai mult în prezenţa unui părinte decît în prezenţa unui străin, fapt care sugerează că sînt mai fericiţi cînd este prezent părintele[20].

Subiect de discuţie: Conform ipotezei feedbackului facial, asocierea unei expresii faciale cu o anumită emoţie ne determină să simţim emoţia respectivă.

- *Exprimarea vocală a emoţiilor*: Şi vocea este remarcabil de expresivă din punct de vedere emoţional[21]. Uneori putem deduce cum se simte o persoană nu doar din ceea ce spune, ci după cum sună vocea sa. Studiile experimentale privind manifestările vocale ale emoţiei au relevat că multe emoţii influenţează tonalitatea vocii. Mai precis, emoţii precum mînia, surpriza, fericirea, teama şi afecţiunea tind să inducă o tonalitate mai ridicată a vocii, în timp ce dezgustul, plictiseala şi suferinţa extremă sînt transmise printr-o tonalitate mai joasă[22]. Tristeţea, dacă nu este extremă, de obicei nu determină o modificare a tonalităţii vocii[23].

În viaţa de zi cu zi: Puţine emoţii sînt exprimate prin comportamente nonverbale solitare. Majoritatea expresiilor emoţionale implică indicii multiple simultane, ca, de exemplu, expresiile faciale, comportamentele vocale şi indicii kinetici şi tactili.

MENŢINEREA RELAŢIILOR. Comunicarea joacă un rol central ca modalitate de menţinere a relaţiilor apropiate, iar comportamentele nonverbale sînt deosebit de importante pentru cîteva trăsături esenţiale ale acestor relaţii. Printre aceste comportamente se numără atracţia şi afilierea, puterea şi dominarea şi incitarea şi relaxarea.

- *Atracţia şi afilierea*: Multe comportamente nonverbale trimit mesaje de atracţie sau afiliere. Cercetătorii le numesc **comportamente de implicare imediată**. De exemplu, cînd doi oameni flirtează, ei folosesc contactul vizual pentru a indica atracţia; stau sau şed aproape unul de celălalt; se ating în glumă şi folosesc tonalităţi expresive ale vocii, pentru a comunica mesajul că sînt interesaţi unul de celălalt[24]. Oamenii din multe culturi folosesc aceleaşi tipuri de comportamente în interacţiunile iniţiale, pentru a semnala că sînt atraşi unii de ceilalţi şi că doresc să exploreze posibilitatea interacţiunii viitoare[25].

  În relaţiile deja fundamentate, comportamentul nonverbal reprezintă o modalitate frecventă de exprimare a afecţiunii şi a iubirii. Îi îmbrăţişăm, îi sărutăm şi ne ţinem de mîini cu cei pe care îi iubim şi le vorbim cu o tonalitate mai blîndă şi mai acută. Aceste tipuri de comportamente contribuie la consolidarea sentimentelor de afiliere, intimitate şi dragoste faţă de parteneri, de membrii familiei sau de prieteni[26]. După cum detaliază caseta „Conectaţi-vă", putem folosi comportamente de implicare imediată şi cînd interacţionăm cu alte persoane online.

➲ comportament de implicare imediată Comportament nonverbal care transmite atracţia sau afilierea.

Cercetarea în prim-plan: Conform studiilor, comportamentele utilizate pentru a transmite atracţia sau afilierea, ca, de exemplu, comportamentele afective, pot fi benefice pentru sănătate. O serie de studii au relevat că exprimarea afecţiunii diminuează stresul şi fortifică sistemul imunitar[i].

[i] Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior and social context.* Cambridge, Cambridge University Press.

- *Puterea şi dominarea*: *Puterea* constituie potenţialul de a influenţa comportamentul unei alte persoane, iar *dominarea* reprezintă exercitarea concretă a acelui potenţial. Adulţii transmit adesea mesaje nonverbale despre puterea şi statutul lor. De exemplu, şefii îi ating pe subordonaţi mai frecvent decît viceversa, iar o persoană mai puternică tinde mai degrabă să lase o persoană mai puţin puternică să aştepte decît viceversa[27].
Totodată, mulţi dintre noi folosim *artefacte* – obiecte sau aspecte vizuale ale unui mediu, despre care vom discuta ulterior – drept simboluri ale statutului. De exemplu, atîrnăm diplomele universitare pe pereţii biroului, pentru a ne comunica nivelul de instruire, sau ne parcăm în mod ostentativ maşinile luxoase pe alei, pentru a ne afirma dominarea şi controlul asupra altora. De asemenea, oamenii folosesc comportamente nonverbale pentru a-şi manifesta dominaţia şi controlul asupra altora. Profesorii fac acest lucru, de exemplu, cînd folosesc o anumită privire pentru a comunica dezaprobarea referitor la comportamentul unui copil. Ofiţerii de poliţie controlează comportamentele şoferilor cînd ridică mîna în semn de „stop". Nu în ultimul rînd, unii dintre noi folosesc tăcerea pentru a-i opri pe alţii să mai vorbească, atunci cînd poartă o conversaţie stînjenitoare.
- *Incitarea şi relaxarea*: *Incitarea* se referă la o amplificare a energiei. Resimţim exaltarea în două moduri fundamental diferite, în funcţie de asocierea ei cu emoţii pozitive sau negative. Cînd este însoţită de emoţii pozitive, percepem incitarea drept entuziasm. Majoritatea ne exprimăm entuziasmul prin indici nonverbali, de exemplu, printr-un contact vizual prelungit cu ceilalţi, rîsete mai intense, un ritm mai rapid al vorbirii, tonalitate şi volum amplificate şi printr-o apropiere mai mare[28]. Cînd incitarea este însă asociată cu sentimente negative, simţim anxietate. Sentimentul de anxietate tinde să inducă agitaţie şi mişcări dezordonate, zîmbete sau rîsete nervoase, utilizarea mai multor gesturi şi atingeri ale propriului corp şi folosirea mai multor cuvinte „de umplutură"[29].
Opusul incitării este *relaxarea*, pe care o simţim în situaţiile în care ni se diminuează energia. Ca în cazul incitării, simţim relaxarea în două moduri diferite, în funcţie de emoţia implicată. Cînd relaxarea este însoţită de emoţie pozitivă, o percepem drept mulţumire. Sentimentul de mulţumire ne determină pe majoritatea să zîmbim mai mult decît de obicei, să avem o postură mai relaxată, contact vizual prelungit şi să stăm mai aproape de cei din jur[30]. În schimb, cînd relaxarea este însoţită de emoţii negative, o percepem drept depresie. Unii oameni suferă de depresie clinică, o tulburare psihică despre care se crede că ar fi cauzată de probleme cu anumite substanţe chimice numite neurotransmiţători, care transmit semnalele dintre neuroni şi alte celule din creier[31]. Alţi oameni se simt deprimaţi din cînd în cînd, prezintă anumite simptome ale depresiei, fără problemele psihiatrice adiacente. În ambele cazuri, sentimentul de deprimare îi face adesea pe oameni să zîmbească mai puţin, să aibă contacte vizuale mai rare, să folosească mai puţine gesturi şi să-şi atingă corpul mai rar[32].

> **Subiect de discuţie:** Reamintiţi faptul că incitarea se referă doar la o amplificare a energiei fiziologice; nu are nici o valenţă asociată. Doar cînd îi asociem incitării o valenţă, o simţim ca fiind pozitivă sau negativă. Relaxarea este la fel de neutră.

FORMAREA IMPRESIILOR. Multora dintre noi ne place să privim oamenii, cînd stăm, de exemplu, ntr-o cafenea sau cînd aşteptăm la aeroport. Acordăm atenţie înfăţişării oamenilor şi modului n care se comportă şi folosim aceste informaţii pentru a e forma impresii despre ei. De asemenea, aceste impresii înt puternic influenţate de comportamentele nonverbale le oamenilor. Îndeosebi stimulii nonverbali influenţează ouă tipuri generale de impresii: cele legate de caracteristicile demografice ale unei persoane şi cele asociate cu aracteristicile socioculturale.

> **Despre materialele media:** Cartea lui Malcolm Gladwell apărută în 2005, *Blink* (*Blink. Decizii bune în 2 secunde*), descrie modul în care oamenii îşi formează impresiile despre ceilalţi pe baza unor „felii subţiri" de informaţii, multe dintre acestea fiind compuse din indici nonverbali precum înfăţişarea.

Conect@ţi-vă

IMPLICAREA IMEDIATĂ ÎN CURSURILE ONLINE

Deoarece implicarea imediată diminuează distanţa emoţională şi psihologică dintre oameni, este uşor de înţeles de ce comportamentele de implicare imediată sînt valoroase într-o sală de curs. Nu-i aşa că dacă aveţi impresia că profesorii dumneavoastră sînt mai deschişi şi mai uşor de abordat, adesea vi se pare că învăţaţi mai uşor de la ei? La cursurile online pierdeţi acest avantaj, deoarece nu comunicaţi faţă în faţă cu profesorii?

Nu neapărat, spun cercetătorii. Profesorii care predau cursuri online pot promova implicarea imediată în cîteva moduri, de exemplu, folosind fotografii şi emoticoane în mesajele scrise, răspunzînd rapid la comentariile studenţilor şi fiind disponibili pentru interacţiuni cu studenţii într-o lume virtuală, ca, de exemplu, Second Life. De asemenea, pot încuraja interacţiunea socială între studenţi, strategie care amplifică sentimentul de incluziune şi apartenenţă al tuturor.

Pentru a stabili ce avantaje au aceste tipuri de comportamente de implicare imediată, un studiu a analizat 145 de studenţi care urmau cursuri online şi au descoperitc că:

- *Implicarea imediată a profesorului este un factor care permite să se anticipeze cît de mult vor învăţa studenţii.* Ca în orele de curs obişnuite, studenţii au învăţat şi au înţeles o parte mai mare din conţinutul cursului cînd profesorii care predau cursuri online au folosit comportamente de implicare imediată şi intensă, în comparaţie cu comportamentele de implicare imediată scăzută. Poate că studenţii s-au simţit mai confortabil discutînd materialele de la cursuri şi punînd întrebări profesorilor care se implicau intens.
- *Implicarea profesorului permite anticiparea modului în care se vor raporta studenţii la cursul respectiv.* Studenţii care urmau cursuri online predate de profesori ce se implicau intens au evaluat cursurile respective mai bine decît studenţii care au avut profesori ce s-au implicat mai puţin. De asemenea, studenţii din primul grup aveau o tendinţă mai mare de a recomanda cursul respectiv prietenilor lor.

Desigur, comportamentele de implicare online iau forme diferite în mediul online, în comparaţie cu comunicarea faţă în faţă, dar implicarea imediată nu este deloc imposibilă în interacţiunea mediată de calculator. Profesorii buni – şi persoanele care comunică bine – găsesc modalităţi de a adapta tehnologia la necesităţile lor interpersonale de comunicare.

Sursa: Baker, J.D. (2004). An investigation of relationships among instructor immediacy and affective and cognitive learning in the online clasroom. *Internet and Higher Education*, 7, pp. 1-13.

- *Impresiile demografice*: *Caracteristicile demografice* ale unei persoane includ vîrsta, etnia şi sexul. Studiile arată că, pe baza indicilor vizuali, majoritatea putem clasifica în mod corect o persoană în categoriile mari de vîrstă – de exemplu, copil, adolescent sau adult matur – şi de etnie – de exemplu, asiatic, hispanic sau alb nonhispanic[33]. Efectuarea unei distincţii mai subtile, de exemplu, dacă o femeie are 50 sau 60 de ani sau dacă un bărbat este cambodgian sau vietnamez este mai dificilă. La fel, majoritatea oamenilor pot identifica în mod corect sexul biologic al unei persoane urmărind indicii vizuali precum forma feţei şi a corpului, părul, îmbrăcămintea, accesoriile şi detaliile de ordin cosmetic[34].

  Vocea este un alt canal nonverbal care ne ajută să ne formăm impresii demografice despre ceilalţi. Comportamentele vocale tind să fie indicii foarte bune cu privire la vîrstă, sex şi orientare sexuală. De exemplu, pe măsură ce oamenii înaintează în vîrstă, timbrul vocii şi viteza vorbirii scad, de obicei[35]. În consecinţă, mulţi dintre noi pot stabili vîrsta unei persoane relativ corect ascultînd cum sună vocea acesteia[36]. La fel, vocile femeilor şi ale bărbaţilor diferă între ele sub aspectul timbrului mediu şi al calităţii vocale[37]. În consecinţă, ascultătorii pot distinge între vocile masculine şi feminine cu o acurateţe aproape perfectă[38].

Despre materiale media: Filmele *Boys Don't Cry* (*Băieţii nu plîng niciodată*), *Mrs. Doubtfire* (*Doamna Doubtfire*) şi *The Crying Game* prezintă personaje care se dau drept membri ai celuilalt sex, ilustrînd faptul că oamenii se pot înşela în privinţa impresiilor despre sexul unei persoane.

- *Impresiile socioculturale*: Printre *caracteristicile socioculturale* ale oamenilor se numără statutul lor socioeconomic, care este un indicator al averii şi educaţiei de care beneficiază o persoană şi cît de prestigioasă este cariera sa. De asemenea, includ şi grupurile culturale şi subculturale cu care se identifică oamenii.

  Înfăţişarea personală este de obicei canalul nonverbal cu cele mai mari valenţe informative în vederea formării impresiilor socioculturale. De exemplu, cînd vedeţi o femeie îmbrăcată într-un costum scump, de afaceri, aveţi tendinţa de a presupune că are un statut socioeconomic superior unei femei care poartă jeanşi rupţi şi un tricou[39]. Este posibil ca impresiile dumneavoastră despre cele două femei să nu fie corecte, dar calitatea îmbrăcăminţii unei persoane constituie un indiciu vizual relativ demn de încredere în privinţa statutului său socioeconomic[40].

  Multe grupuri subculturale organizate, ca, de exemplu, cele asociate cu anumite interese sportive sau preferinţe muzicale adoptă mode prin care membrii lor se identifică. Prin urmare, puteţi presupune că un tînăr care poartă un hanorac cu numele unei echipe de fotbal şi tenişi este fan al sportului şi că unei tinere care poartă pantaloni negri şi un tricou negru cu un craniu şi oase încrucişate îi place rockul alternativ.

În afara sălii de curs: Un exerciţiu distractiv: mergeţi împreună cu un prieten sau un coleg într-un spaţiu public, priviţi oamenii şi inventaţi poveşti despre aceştia: cine este fiecare, cu ce se ocupă, care sînt hobby-urile şi interesele sale şi ce fel de personalitate are. Activitatea îi încurajează pe studenţi să acorde atenţie indicilor comportamentali care generează diverse impresii socioculturale.

INFLUENŢAREA ALTORA. Probabil că v-aţi aflat în multe situaţii sociale în care aţi dorit să influenţaţi comportamentele altora. Poate că aţi încercat să vă convingeţi prietenii să vă sponsorizeze participarea la un maraton în folosul cercetărilor pentru vindecarea cancerului – sau aţi încercat să obţineţi un bacşiş bun de la clienţii pe care i-aţi servit într-un local. În aceste contexte şi în multe altele, puteţi folosi comportamentele nonverbale pentru a-i influenţa pe ceilalţi. Comunicarea nonverbală poate fi persuasivă, cînd este folosită în cadrul altor cîtorva strategii, printre care crearea credibilităţii şi promovarea afilierii.

- *Crearea credibilităţii*: Una dintre cele mai eficiente strategii de influenţare a comportamentelor altor persoane constă în proiectarea unei imagini de credibilitate. Facem adesea acest lucru, adoptînd o atitudine personală care comunică pricepere şi autoritate[41]. Roba neagră a unui judecător, halatul alb al unui medic şi insigna şi uniforma unui poliţist, toate acestea simbolizează anumite forme ale priceperii şi autorităţii[42]. Şi alţi indici nonverbali sînt influenţi. Folosirea contactului vizual şi a gesturilor care clarifică mesajul verbal amplifică la rîndul său credibilitatea unei persoane[43]. Îndeosebi menţinerea contactului vizual cu o persoană în timp ce aceasta vorbeşte influenţează foarte mult puterea de convingere[44].
- *Promovarea afilierii*: Ne conving mai mult persoanele pe care le simpatizăm decît cele pe care nu le simpatizăm[45]. Prin urmare, comportamentele nonverbale care promovează sentimentul afilierii, al apropierii şi simpatiei ne pot amplifica abilitatea persuasivă.

  Un comportament care contribuie adesea la sentimentul de afiliere este atingerea[46]. Deoarece atingem mai frecvent persoanele cu care avem relaţii apropiate decît relaţii întîmplătoare, a fi atinşi într-un mod adecvat, familiar ne poate face să ne simţim mai apropiaţi de ceilalţi. O serie de experimente au demonstrat că atingerile întîmplătoare – de exemplu, o scurtă atingere pe mînă, pe braţ sau pe umăr – amplifică tendinţa oamenilor de a ne satisface solicitările[47].

  De asemenea, afilierea este amplificată de *sincronia interacţională*, ce reprezintă convergenţa comportamentelor a două persoane. Cînd imitaţi postura altei persoane, gesturile ei,

Înfăţişarea personală, îmbrăcămintea şi atitudinea vă pot conferi credibilitatea necesară pentru a-i influenţa pe alţii.

Subiect de discuţie: Imaginaţi-vă că vă trage pe dreapta un ofiţer de poliţie care poartă haine obişnuite şi conduce o maşină neinscripţionată cu însemnele Poliţiei. Fără uniformă şi maşină inscripţionată care să-i confere credibilitate, credeţi că poliţistul v-ar convinge mai greu?

expresiile faciale sau comportamentele vocale, puteţi determina în mod subconştient persoana respectivă să vă perceapă drept asemănător sieşi[48]. Această percepţie facilitează persuasiunea, deoarece oamenilor le plac persoanele care seamănă cu ei înşişi[49].

ASCUNDEREA INFORMAŢIILOR. Ultima funcţie a comunicării nonverbale constă în faptul că-i ajută pe oameni să ascundă informaţii. În pofida proverbului cultural „Onestitatea este cea mai bună strategie", oamenii decid adesea să nu spună tot adevărul în conversaţiile cu ceilalţi. După cum vom vedea în capitolul 12, oamenii au multe motive pentru a alege să ascundă informaţii. Uneori, oamenii mint pentru a obţine un avantaj, de exemplu, se prefac bolnavi pentru a lipsi de la serviciu. Alteori mint ca să nu aibă de suferit, ca, de exemplu, atunci cînd ascund o infidelitate maritală. Totuşi, adesea oamenii aleg să mintă pentru a evita să-i rănească pe alţii – de exemplu, cînd spun că se bucură că au primit un cadou care de fapt nu le place.

Subiect de discuţie: Un motiv pentru care ne lăsăm mai uşor convinşi de persoanele care ne plac decît de cele pe care le antipatizăm este faptul că îi considerăm pe cei care ne plac drept membri ai in-grupului; prin urmare, în mod subconştient, credem că orice vor ei este benefic şi pentru noi, în mod indirect.

Subiect de discuţie: Zîmbetele autentice, numite şi *zîmbete Duchenne*, presupun contractarea muşchilor orbiculari, muşchii din jurul ochilor, care cauzează efectul de „laba gîştii" în zona exterioară a ochilor. În schimb, zîmbetele false nu determină încordarea muşchilor orbiculari.

Unul dintre cele mai studiate comportamente faciale care poate indica distorsionarea adevărului este zîmbetul. Majoritatea studiilor relevă că oamenii nu se diferenţiază mult din perspectiva frecvenţei cu care zîmbesc cînd sînt sinceri, în opoziţie cu frecvenţa cu care zîmbesc atunci cînd mint. Diferă mai degrabă *modul* în care zîmbesc[50].

Cînd spunem adevărul, avem tendinţa să afişăm un zîmbet sincer, care reflectă o emoţie pozitivă autentică. Acesta este genul de zîmbet pe care îl avem cînd auzim veşti bune sau simţim mirosul unui fel de mîncare delicios. Cînd sîntem nesinceri, avem mai degrabă tendinţa de a afişa un zîmbet fals, care să dea impresia că sîntem veseli, cînd de fapt nu sîntem. Acesta este genul de zîmbet pe care îl avem cînd ne întîlnim cu un coleg de serviciu pe care nu îl simpatizăm şi încercăm să părem bucuroşi că îl vedem. Ambele tipuri de zîmbete ne ridică colţurile gurii, dar un zîmbet autentic determină şi încreţirea pielii din jurul ochilor, în timp ce zîmbetul fals nu are acest efect.

Totodată, încercarea de a ascunde informaţii poate influenţa şi anumite comportamente vocale, îndeosebi înălţimea vocii. O serie de studii au demonstrat că oamenii folosesc un ton mai ridicat cînd mint decît cînd spun adevărul[51]. Într-un studiu, de exemplu, viitoare asistente medicale au fost rugate să urmărească fie un film plăcut, fie un film grotesc care înfăţişa amputări şi arsuri. După ce au vizionat fiecare film, li s-a spus să convingă un intervievator că filmul pe care tocmai îl vizonaseră fusese plăcut şi distractiv. Prin urmare, o parte dintre ele aveau să fie sincere, iar restul trebuiau să mintă. Înregistrînd vocile participanţilor la studiu şi analizîndu-le ulterior, cercetătorii au stabilit că înălţimea vocii era semnificativ mai mare cînd încercau să inducă în eroare intervievatorul decît cînd spuneau adevărul[52].

Subiect de discuţie: O tonalitate vocală mai înaltă se întîlneşte în general pe parcursul experienţelor de anxietate, printre care şi anxietatea asociată cu minţitul.

Gestionarea conversaţiilor, exprimarea emoţiilor, menţinerea relaţiilor, formarea impresiilor, influenţarea altora şi ascunderea informaţiilor nu sînt singurele funcţii ale comportamentelor nonverbale, dar ele se numără printre cele mai valoroase. În mod caracteristic, fiecare dintre aceste funcţii ne ajută să comunicăm cu alţii în moduri eficiente, productive.

ÎNVĂȚAȚI Ce anume determină dacă o formă de comunicare este verbală sau nonverbală? De ce tindem să dăm crezare mai degrabă comportamentelor nonverbale decît cuvintelor, cînd aceste două manifestări se contrazic? În ce mod comportamentul nonverbal poate contribui la gestionarea conversațiilor sau poate facilita persuasiunea?

APLICAȚI Gîndiți-vă la felul în care tonul vocii poate influența semnificația. Să analizăm un exemplu de afirmație simplă: „Ea m-a determinat să fac asta". Spuneți-o inițial ca și cum ați fi mînios, apoi surprins și în cele din urmă sarcastic. Descrieți într-o însemnare de tip jurnal modul în care vocea vi se modifică de fiecare dată, deși rostiți aceleași cuvinte.

REFLECTAȚI Cît de corect credeți că interpretați comportamentele nonverbale ale altora? De ce presupuneți că unii oameni se pricep mai bine să „descifreze" comportamente nonverbale, în comparație cu alții?

2. Zece canale ale comunicării nonverbale

Comunicarea nonverbală ne angrenează aproape toate simțurile, așa că probabil nu este deloc surprinzător că avem experiența ei în atîtea forme sau canale diferite. În această secțiune, vom analiza zece canale: mimica feței, comportamentele oculare, mișcările și gesturile, comportamentele asociate cu atingerile, folosirea mirosului, a spațiului, aspectul fizic, folosirea timpului și a artefactelor.

Mimica feței

Importanța **mimicii feței** sau a expresiilor faciale în comunicarea nonverbală este dificil de supraestimat. Într-adevăr, conform *principiului primatului facial, fața comunică mai multe informații decît orice alt canal de comportament nonverbal*[53]. Acest principiu este adevărat îndeosebi pentru trei funcții importante ale mimicii feței: identitatea, atractivitatea și emoția.

➲ **mimica feței** Utilizarea expresiilor faciale pentru a comunica.

Subiect de discuție: De ce acordă oamenii atît de multă atenție expresiilor faciale?

IDENTITATEA. Fața este cel mai important indiciu vizual folosit de oameni pentru a se identifica unii pe alții[54]. De obicei nu atîrnăm pe pereți fotografii ale mîinilor sau picioarelor altora, ci mai degrabă ale fețelor, deoarece aspectul feței este indiciul cel mai demn de încredere care poate fi identificat. Fața dumneavoastră apare pe permisul de conducere și în pașaport, pentru ca autoritățile să vă poată identifica. La fel, fața vă apare în albumul de absolvire a liceului, pentru a-i ajuta pe colegii de clasă să vă țină minte.

ATRACTIVITATEA. Fața are un rol esențial și sub aspectul atractivității. Deși ne place să credem că „frumusețea depinde de privitor", există o coerență remarcabilă a elementelor pe care oamenii le consideră atractive la fețe, atît în cadrul aceleiași culturi, cît și comparativ, între culturi. Două proprietăți par să fie deosebit de importante pentru evaluarea atractivității: simetria și proporționalitatea.

Simetria se referă la similaritatea dintre partea stîngă și partea dreaptă a feței umane. La cei mai mulți dintre noi, cele două părți ale feței par asemănătoare, dar ele nu sînt perfect identice. Totuși, atît pentru femei, cît și pentru bărbați, fețele atrăgătoare prezintă o simetrie mai mare decît fețele neatractive[55].

➲ **simetrie** Similaritatea dintre partea stîngă și partea dreaptă a feței sau a corpului.

proporţionalitate Raportul dintre dimensiunile trăsăturilor faciale.

În viaţa de zi cu zi: Imaginea feţei este folosită de obicei drept mijloc de identificare, de exemplu, în paşaport sau pe permisul de conducere, deşi trăsăturile feţei sînt uşor de modificat şi se schimbă în timp. Amprentele sînt mai demne de încredere, dar nu sînt folosite la fel de frecvent, dovedind şi mai mult importanţa feţei în interacţiunea socială.

Cercetarea în prim-plan: Mulţi cercetători cred că oamenii sînt atraşi de simetrie şi proporţionalitate, deoarece aceste proprietăţi semnifică o sănătate bună, element important pentru reproducere. În ceea ce priveşte dovezile, studiile relevă că posedarea unei feţe atrăgătoare anticipează atît longevitatea, cît şi numărul partenerilor sexuali[ii].

[ii]Henderson, J.J., Anglin, J.M. (2003). Facial attractiveness predicts longevity. *Evolution and Human Behavior*, 23, pp. 351-356; Rhodes, G., Simmons, L.W., Peters, M. (2005). Attractiveness and sexual behavior: Does attractiveness enhance mating success? *Evolution and Human Behavior*, 26, pp. 186-201.

Subiect de discuţie: Printre intervenţiile chirurgicale estetice la nivelul feţei se numără blefaroplastia, care remodelează pleoapele; otoplastia, care remodelează urechile; injecţiile cu colagen, care măresc buzele şi administrarea toxinei botulinice, sau Botox, pentru a reduce apariţia ridurilor şi faldurilor faciale.

Proporţionalitatea se referă la dimensiunea relativă a trăsăturilor faciale ale unei persoane. Nasul dumneavoastră este prea mare în raport cu restul feţei? Aveţi urechile prea mici? La o faţă proporţională, toate trăsăturile au dimensiunile adecvate, nu în sens absolut, ci în raport cu celelalte.

Ca în cazul simetriei, feţele atractive sînt mai proporţionale decît cele neatrăgătoare. Spre deosebire de simetrie, care poate fi evaluată obiectiv, proporţionalitatea constituie o evaluare subiectivă a feţei unei persoane. Totuşi, ea contează sub aspectul atractivităţii unei feţe. Tendinţa noastră de a considera feţele proporţionale atractive este un motiv major pentru care *rinoplastia*, o procedură chirurgicală prin care se modifică dimensiunea şi forma nasului, este una dintre cele mai frecvente operaţii cosmetice efectuate în Statele Unite[56].

Deoarece nasul ocupă o poziţie atît de proeminentă, armonizarea dimensiunii sale cu proporţiile celorlalte trăsături faciale amplifică adesea atractivitatea chipului unei persoane.

Poate părea ciudat ca simetria şi proporţionalitatea să fie identificate drept principalii factori care contribuie la atractivitatea feţei, deoarece adesea considerăm atractivitatea o evaluare extrem de individuală. Totuşi, după cum reiese din caseta „Realitate sau ficţiune?", sîntem mai degrabă asemănători decît diferiţi, din perspectiva evaluării atractivităţii unei persoane.

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Din perspectiva cărui privitor? Percepţiile privind frumuseţea variază mult de la o cultură la alta

Majoritatea am auzit clişeul „frumuseţea depinde de privitor"; cu alte cuvinte, ceea ce unei persoane i se pare atrăgător, alteia este posibil să nu îi placă. Această idee datează tocmai din secolul al III-lea î.Hr., indicînd că oamenii consideră de mult timp că frumuseţea este subiectivă. În acest caz, ne-am aştepta ca opiniile cu privire la ceea ce este atractiv să varieze destul de mult de la o persoană la alta şi de la o cultură la alta. Cît de adevărat este faptul că frumuseţea depinde de gusturile individuale?

Nu este foarte adevărat, conform studiilor. De fapt, multe studii relevă exact opusul: opiniile oamenilor concordă foarte mult în privinţa evaluării atractivităţii. În 2000, Judith Langlois, specialistă în psihologia dezvoltării, şi colegii ei au analizat 130 de astfel de studii şi au descoperit că, în cadrul aceleiaşi culturi, oamenii sînt de acord în proporţie de 90% cînd evaluează atractivitatea unei persoane. În plus, oamenii din culturi diferite au fost de acord în evaluările lor în 94% dintre cazuri. Prin urmare, deşi considerăm uneori că frumuseţea are un specific cultural, Langlois şi echipa ei au demonstrat că între culturi există un acord mai mare cu privire la evaluarea atractivităţii decît în interiorul aceleiaşi culturi.

Descoperirile cercetătorilor indică faptul că oamenii sînt mai degrabă asemănători decît diferiţi, sub aspectul evaluării înfăţişării. Prin urmare, există o mare probabilitate ca persoanele considerate atractive de un grup social să fie considerate atractive şi de alte grupuri.

Întrebaţi-vă

- De ce persistă ideea că „frumuseţea depinde de privitor"?
- Ce vi se pare cel mai atrăgător din punct de vedere fizic la persoanele de sex opus? Dar la persoanele de acelaşi sex?

Surse: Rubenstein, A.J., Langlois, J.H., Roggman, L.A. (2002). What makes a face attractive and why: The role of averageness in defining facial beauty. În G. Rhodes, L.A. Zebrowitz (eds.), *Facial attractivenes: Evolutionary, cognitive and social perspectives* (pp. 1-33). Westport, CT: Ablex; Langlois, J.H., Kalakanis, L.E., Rubenstein, A.J., Larson, A.D., Hallam, M.J., Smoot, M.T. (2000). Maxims or myths of beauty: A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, pp. 380-423.

EMOŢIA. După cum vă amintiţi din expunerile anterioare, comportamentele nonverbale comunică emoţii mai eficient decît comunicarea verbală. Deoarece faţa este principalul canal al comunicării nonverbale, nu trebuie să ne surprindă să aflăm că principalul nostru mijloc de comunicare a emoţiilor este comportamentul facial. Faţa noastră ne permite să avem sute de expresii diferite, pe care le utilizăm pentru a transmite o multitudine de emoţii, de la veselie, surpriză şi hotărîre la mînie, teamă, tristeţe şi dispreţ.

Cît de corect decodăm aceste emoţii din expresiile faciale ale altor oameni depinde de cîţiva factori. Primul factor este însăşi emoţia. După cum am văzut în discuţiile anterioare despre expresiile faciale, anumite emoţii sînt mai uşor de decodat decît altele. Fericirea pare să fie cel mai uşor de decodat. De exemplu, într-un studiu, oamenii au interpretat corect expresiile faciale care dezvăluiau fericirea mult mai frecvent decît expresiile de tristeţe sau surpriză[57].

Un alt factor care ne influenţează capacitatea de a decoda mesaje este sexul. În general, femeile tind să fie mai abile în descifrarea expresiilor faciale ale emoţiei[58]. Această observaţie este adevărată în mai multe culturi. Ar putea reflecta faptul că, în multe societăţi, femeile au fost învăţate să fie mai prietenoase, să cultive spiritul întrajutorării şi al susţinerii într-o măsură mai mare decît bărbaţii; prin urmare, învaţă să stăpînească mai bine aptitudinile de decodare[59]. Nu în ultimul rînd, persoanele foarte sociabile şi extrovertite tind să interpreteze mai bine manifestările emoţionale faciale decît persoanele timide sau introvertite[60].



Figura 6.2. Expresiile faciale în limbajul semnelor. Expresiile faciale joacă un rol vital în comunicarea ideilor prin intermediul limbajului semnelor. În unele cazuri, acelaşi semn cu mîna poate fi asociat cu diverse semnificaţii, dacă este însoţit de expresii faciale diferite. Ambele fotografii prezintă semnul cu mîna pentru „tu", de exemplu, dar implică expresii faciale diferite. Fotografia din stînga ar putea fi interpretată drept o întrebare, de exemplu „Ce mai faci?" sau „Ai reuşit?". Fotografia din dreapta ar fi interpretată însă ca o exclamaţie, de exemplu: „Tu eşti!". Deşi semnul cu mîna este acelaşi în ambele fotografii, semnificaţia diferă, din cauza expresiei faciale care o însoţeşte.

Ca modalitate de comunicare a semnificației, expresiile faciale sînt extrem de importante și pentru persoanele care comunică prin limbajul semnelor. În limbajul semnelor, expresiile faciale sînt numite uneori *semnale nonmanuale*, deoarece sînt folosite în paralel cu semnele manuale pentru a exprima un anumit înțeles. De exemplu, cînd cineva adresează o întrebare cu răspuns de tip „da sau nu", folosind limbajul semnelor, are ochii larg deschiși, sprîncenele ridicate și capul și umerii înclinați. Uneori, o persoană poate modifica întreaga semnificație a unui semn, modificînd doar expresia facială care o însoțește (figura 6.2)[61].

Comportamentele vizuale

Deoarece ochii sînt o componentă a feței, vi se poate părea ciudat că cercetătorii studiază comportamentul privirii separat de comportamentul feței. Totuși, așa cum comportamentul feței comunică mai mult decît orice alt canal nonverbal, ochii comunică mai mult decît orice altă parte a feței - prin urmare, specialiștii consideră **oculezica**, studiul comportamentului ocular, un canal nonverbal separat.

oculezică Studiul comportamentului privirii.

Subiect de discuție: Cercetătorii folosesc termenul *evitarea privirii* pentru a se referi la o absență voită a contactului vizual și *omiterea privirii* pentru a desemna absența neintenționată a contactului vizual. Ce alte mesaje ar putea comunica evitarea privirii și omiterea privirii?

Cercetarea în prim-plan: Dilatarea pupilelor survine frecvent cînd oamenii mint. Cercetătorii folosesc o tehnică numită *pupilometrie*, pentru a descoperi modificări foarte mici în dilatarea pupilelor, care pot arăta cît de sinceră este o persoană[iii]. Se folosește o cameră pentru a mări imaginea ochiului, iar un calculator înregistrează fluctuații ale dimensiunii pupilei. Studenții își pot aminti că au văzut un exemplu al acestei tehnici în filmul *The Recruit* (*Recrutul*, 2003).

[iii] Vezi Guerrero, L.K., Floyd, K. (2006). *Nonverbal behavior in close relationships*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Cînd ne gîndim la comportamentul privirii, ne vine în minte mai întîi contactul vizual, pe bună dreptate. Contactul vizual joacă un rol în cîteva tipuri importante de interacțiuni relaționale. Folosim contactul vizual pentru a semnala atracția față de cineva și pentru a deduce că cineva este atras de noi. Îl folosim pentru a-i convinge pe alții și pentru a semnala că acordăm atenție spuselor celorlalți și că le înțelegem. Putem folosi și contactul vizual cînd vrem să intimidăm pe cineva sau vrem să adoptăm o postură dominantă sau de autoritate într-o conversație sau într-o discuție de grup. Într-adevăr, de puține ori ne simțim la fel de conectați cu alți oameni - fie în moduri pozitive, fie negative - decît cînd îi privim în ochi. După cum vom vedea ulterior în acest capitol, totuși aceste funcții ale contactului vizual variază adesea în funcție de cultură.

Un alt comportament vizual cu valoare comunicativă este dimensiunea pupilei. Pupila este punctul întunecat situat chiar în centrul fiecărui ochi, pe care îl puteți vedea în oglindă. Pupilele controlează cîtă lumină pătrunde în ochi ; în consecință, ele își modifică mereu dimensiunea. În medii mai întunecoase, se dilată sau se deschid larg, pentru a recepta toată lumina disponibilă. În medii mai luminoase, se contractă sau devin mai mici, pentru a evita să primească prea multă lumină dintr-odată. Totuși, specialiștii în comunicare consideră interesant faptul că pupilele se dilată și cînd priviți o persoană pe care o considerați atrăgătoare din punct de vedere fizic, și cînd simțiți orice fel de incitare, fie că este o reacție pozitivă, de exemplu, entuziasmul sau excitația sexuală, fie o reacție negativă, de exemplu, anxietate sau teamă. Prin urmare, dacă urmărim cum reacționează pupilele unei persoane ca reacție la diferite situații sociale sau la parteneri conversaționali, putem afla informații despre interesele sale și nivelul său de incitare.

Mişcările şi gesturile

Gindiţi-vă la diverse moduri în care puteţi merge. Cînd simţiţi că aveţi încredere, ţineţi capul sus şi mergeţi cu paşi mari şi egali. Cînd sînteţi nervos, probabil că păşiţi mai timid, aruncînd priviri frecvente celor din jur. *Călcătura* dumneavoastră sau felul în care mergeţi constituie un exemplu al modului în care mişcările corpului pot comunica un anumit mesaj despre dumneavoastră celorlalţi. de exemplu. „Sînt mîndru" sau „Mi-e teamă". Studiul mişcării se numeşte **kinestezie**.

➲ **kinestezie** Studiul mişcării.

Să analizăm acum modul în care folosiţi mîinile şi braţele pentru a comunica. Îi faceţi cu mîna vecinei, cînd o vedeţi la magazin. Ridicaţi două degete, ca să arătaţi că vreţi doi hotdog, la standul de pe stadionul de fotbal. Folosirea mişcărilor mîinilor şi braţelor pentru a comunica se numeşte **gestică**. Conform studiilor, majoritatea oamenilor – chiar şi cei născuţi orbi – folosesc gesturile înainte să înceapă să vorbească[62]. Specialiştii în comunicare clasifică gesturile în cîteva tipuri :

➲ **gestică** Utilizarea mişcărilor braţului şi ale mîinii pentru a comunica.

- **Gesturile-emblemă** sînt gesturi care pot fi traduse direct în cuvinte. Ori de cîte ori vedeţi un gest-emblemă, ar trebui să-l puteţi traduce în cuvinte. Printre exemple se numără făcutul din mînă pentru „salut" sau „la revedere" şi întinderea palmei desfăcute, însemnînd „stop".
- **Gesturile ilustrative** sînt gesturi care însoţesc un mesaj verbal, clarificîndu-l. Dacă ţineţi mîinile la o anumită distanţă, cînd spuneţi că peştele pe care l-aţi prins era „atît de mare", gestul dumneavoastră ilustrator are rolul de a clarifica ce anume aţi vrut să spuneţi prin „atît de mare".
- **Manifestările afective** sînt gesturi care comunică emoţia sau *afectul*. Unii oameni îşi frîng mîinile cînd sînt nervoşi, iar unii îşi acoperă gura cu mîinile cînd sînt surprinşi. Ambele sînt manifestări afective, deoarece coincid cu anumite emoţii.
- **Gesturile de reglaj** sînt gesturi care controlează fluxul conversaţiei. Un gest de reglaj pe care îl cunoaşteţi probabil foarte bine este ridicarea mîinii, cînd sînteţi într-un grup şi vreţi să vorbiţi. Astfel de gesturi reglează cine anume vorbeşte şi cînd, astfel încît comunicarea poate decurge cu uşurinţă.
- **Gesturile adaptoare** sînt folosite pentru a satisface o necesitate personală, de exemplu, scărpinatul sau îndepărtarea scamelor de pe cămaşă. Cînd efectuăm aceste comportamente pentru noi înşine, le numim *gesturi autoadaptoare*. Cînd aceste gesturi vizează pe altcineva (curăţăm de scame cămaşa altcuiva), se numesc *gesturi adaptoare*.

➲ **gest-emblemă** Gest care poate fi translat direct în limbaj.

➲ **gest ilustrativ** Gest care amplifică sau clarifică un mesaj verbal.

➲ **manifestarea afectivă** Gest care comunică emoţia.

➲ **gest de reglaj** Gest care controlează fluxul conversaţiei.

➲ **gest adaptor** Gest folosit pentru a satisface o necesitate personală.

Gesturile includ mişcări ale corpului care au semnificaţie comunicativă şi începem să le folosim de mici copii.

Subiect de discuţie: Variaţia culturală a gesturilor-emblemă se manifestă în două moduri. În primul rînd, unele culturi atribuie semnificaţii diferite aceluiaşi gest. În al doilea rînd, unele culturi folosesc gesturi diferite pentru a comunica acelaşi înţeles.

Comportamentele de atingere

Simţul tactil este primul simţ care se dezvoltă, dintre cele cinci simţuri. Chiar înainte ca un copil să poată vedea, auzi, gusta sau mirosi, pielea lui poate reacţiona la stimulii din mediu. Simţul tactil este singurul simţ fără care nu putem supravieţui. Indiferent cît de mult preţuim celelalte simţuri, este absolut posibil să supravieţuim fără să fim capabili să vedem, să auzim, să gustăm sau să mirosim. Totuşi, fără simţul tactil, am fi expuşi în permanenţă la arsuri, degerături şi alte răni care ne-ar putea pune în pericol viaţa.

Subiect de discuţie: Spre deosebire de gesturile-emblemă, care pot fi utilizate în locul cuvintelor, gesturile ilustratoare trebuie să însoţească un mesaj verbal ca să aibă un înţeles.

Haptica este domeniul care studiază modul în care folosim simţul tactil pentru a comunica. Din perspectiva comunicării umane, există cinci domenii majore în care atingerea joacă un rol esenţial în transmiterea semnificaţiilor: afecţiunea, îngrijirea, puterea şi controlul, agresiunea şi ritualul.

haptica Studiul modului în care oamenii folosesc atingerea pentru a comunica.

Atingerile afectuoase. Comunicarea afecţiunii este una dintre cele mai importante funcţii ale atingerii. Comportamente precum îmbrăţişarea, sărutarea şi ţinerea de mînă comunică dragoste, intimitate, dăruire şi siguranţă ; ele sînt des întîlnite în multe relaţii de cuplu, relaţii părinte-copil şi prietenii[63]. Un motiv pentru care atingerea afectuoasă este atît de importantă este faptul că ea contribuie la bunăstarea noastră fizică şi mintală. Copiii îmbrăţişaţi în mod regulat au o dezvoltare fizică mai rapidă decît cei care nu sînt îmbrăţişaţi, iar persoanele care primesc atingeri pe parcursul unor evenimente stresante manifestă un nivel mai scăzut de stres decît cele care nu primesc atingeri[64].

Indiferent cît de mult preţuim celelalte simţuri, atingerea este singurul simţ fără care nu putem supravieţui.

În ultimii ani, îngrijorările privind abuzurile sexuale la adresa copiilor au determinat multe şcoli publice să adopte politici stricte de tip „interzicerea atingerilor", care nu le permit profesorilor, consilierilor şi altor membri ai personalului şcolii să îi atingă pe elevi sub nici o formă, cu excepţia urgenţelor medicale. După cum explică pedagogul Tony Del Prete, „În efortul de a-i descuraja pe cei care comit agresiuni sexuale, tot mai multe şcoli le comunică adulţilor mesajul: Jos mîinile! Atingerea copiilor în şcoli a deveni practic tabu"[65].

Deşi astfel de strategii extrem de stricte sînt elaborate în scopul de a proteja copiii, mulţi experţi se întreabă dacă a interzice atingerea copiilor nu le face de fapt acestora mai mult rău decît bine. De exemplu, cercetătoarea Tiffany Field, expert de renume internaţional în domeniul simţului tactil, consideră că politicile de interzicere a atingerii „nu sînt o idee bună, deoarece copiii au nevoie de atingeri pentru a supravieţui. Atingerile le impulsionează creşterea şi dezvoltarea. Cum vor învăţa despre dragoste şi afecţiune, dacă nu prin intermediul atingerilor?"[66].

În viaţa de zi cu zi: În Statele Unite, gestul cu ambii pumni strînşi şi degetele mari îndreptate în sus, gestul cu pumnul strîns şi degetul mare îndreptat în jos şi gestul „OK" sînt folosite uneori ca manifestări afective, cînd sînt efectuate cu scopul de a arăta cum se simte o persoană.

Atingerile cu rol de îngrijire. Sînteţi adesea atins de alte persoane cînd beneficiaţi de un anumit tip de îngrijire sau serviciu. Cînd vă tundeţi, cînd faceţi un detartraj dentar, cînd primiţi un masaj sau faceţi sport sub îndrumarea unui antrenor personal sînteţi atins în moduri corespunzătoare activităţilor respective. Babysitterele îi ating pe copii cînd îi curăţă sau îi îmbracă, iar personalul azilelor atinge bătrînii cînd le schimbă un bandaj sau îi ajută să ia medicamentele. Fiecare dintre aceste acţiuni este un exemplu de atingere cu rol de îngrijire, deoarece este efectuată în procesul acordării unui anumit tip de îngrijire sau serviciu.

Subiect de discuţie: Gesturile de reglaj sînt de patru tipuri. Folosim gesturi de solicitare pentru a arăta că vrem să vorbim şi gesturi de refuz pentru a arăta că nu vrem să vorbim. La fel, folosim gesturi de menţinere, pentru a arăta că încă nu am terminat de vorbit şi gesturi de cedare, pentru a arăta că am terminat.

Atingerea cu rol de îngrijire se diferenţiază de atingerea afectuoasă, deoarece nu reflectă neapărat afecţiune sau emoţie pozitivă pentru persoana care receptează atingerea. De exemplu, cînd vă atinge un medic în timpul unui consult medical, nu deduceţi din atingerile sale faptul că are sentimente personale pentru dumneavoastră, ci le interpretaţi ca fiind asociate cu sarcina respectivă. Aşteptările dumneavoastră generale privind atingerile cu rol de îngrijire privesc limitarea acestora la contextele acordării de îngrijiri. De exemplu, deşi îi permiteţi unui dentist să va atingă dinţii şi gingiile în cadrul unui consult stomatologic, probabil că nu v-aţi simţi confortabil dacă i-aţi permite acelaşi tip de atingere atunci cînd v-aţi întîlni cu el la o expoziţie.

Subiect de discuţie: Recunoaşterea faptului că atingerile cu semnificaţie de îngrijire nu reflectă neapărat afecte pozitive pentru receptor nu înseamnă că acest lucru nu se întîmplă *niciodată*. Într-adevăr, atingerile cu semnificaţie de îngrijire sînt efectuate adesea de oameni care au sentimente pozitive faţă de receptorii atingerilor, ca în cazul adulţilor care îşi îngrijesc copiii sau au grijă de necesităţile părinţilor vîrstnici. Atingerile cu rol de îngrijire survin însă şi în exerciţiul unei sarcini de îngrijire, spre deosebire de atingerile afectuoase.

Faptul că atingerile cu rol de îngrijire sînt asociate cu anumite sarcini nu înseamnă că nu sînt benefice. Într-adevăr, cîteva forme de atingeri cu rol de îngrijire au beneficii importante pentru sănătate. De exemplu, adolescenţii şi adulţii care primesc masaje terapeutice înregistrează ameliorări ale unor diverse afecţiuni medicale, de la depresie şi stres la astm, diabet, cancer, scleroză multiplă şi infecţie cu HIV[67]. Atingerile cu rol de îngrijire mai pot aduce calmul şi pot diminua stresul rezidenţilor din azilele de bătrîni, precum şi al pacienţilor din spitale şi clinici[68].

Atingerile asociate cu puterea şi controlul. Uneori, atingerile sînt folosite pentru a exercita putere asupra comportamentului altor persoane. Ocazional, îi atingem pe oameni doar pentru a le sugera un anumit comportament, ca în cazul în care gazda unei petreceri îşi pune mîna pe spatele unui musafir pentru a-l conduce într-o anumită direcţie. În alte cazuri, atingem oamenii pentru a-i proteja, limitîndu-le mişcările, de exemplu, cînd o asistentă medicală ţine de braţ un pacient în vîrstă pentru a-l ajuta să meargă fără să cadă.

Subiect de discuţie: Termeni precum *putere şi control* nu au neapărat conotaţii negative în această discuţie. Există multe motive legitime pentru care exercităm control asupra comportamentului altor persoane.

Deşi aceste comportamente implică un anumit nivel de control, au o intenţie amicală, de sprijin. În alte situaţii îi atingem însă pe oameni pentru a le controla comportamentul împotriva voinţei lor. Acest tip de atingere poate constitui o exercitare legitimă a puterii, ca, de exemplu, atunci cînd nişte poliţişti imobilizează un suspect la pămînt în timp ce îi pun cătuşele. De asemenea, poate întruchipa o exercitare ilegitimă sau ilegală a puterii, ca în cazul în care nişte agresori imobilizează un tînăr ca să fure de la el.

Folosirea atingerilor cu rol de control a devenit controversată în Statele Unite în 2010, cînd Administraţia pentru Securitatea Transporturilor (Transportation Security Administration) a adoptat noi proceduri de scanare a pasagerilor în aeroporturi, prin care agenţii trebuie să-i percheziţioneze pe călători în moduri foarte invazive, căutînd arme. În opinia unora, percheziţionarea încalcă dreptul la intimitate al pasagerilor, în timp ce alţii o consideră justificată, utilă securităţii naţionale.

Atingerile agresive. Comportamentele efectuate pentru a săvîrşi un rău fizic – de exemplu, lovirea, împingerea, lovirea cu piciorul, pălmuirea şi înjunghierea – sînt forme ale atingerii agresive. Folosirea atingerilor agresive cu scopul de a face rău altora constituie aproape întotdeauna un act infracţional. De fapt, în unele state din SUA, chiar şi a te preface că vei atinge o persoană în mod agresiv, de exemplu, ridicarea mîinii ca şi cum te-ai pregăti să loveşti, constituie

Percheziţiile impuse de Administraţia Securităţii Transporturilor din SUA au stîrnit controverse. În ce mod percheziţiile constituie atingeri asociate cu puterea şi controlul?

o infracţiune, indiferent dacă atingi sau nu persoana respectivă. În acele state, ameninţarea de a lovi pe cineva se numeşte „atac", iar lovirea persoanei se numeşte „agresiune".

În viaţa de zi cu zi: Legislaţia din multe ţări, inclusiv din SUA, prevede că ofiţerii de poliţie pot folosi forţa în limite rezonabile cu scopul de a opri comiterea unei infracţiuni sau de a reţine un suspect. Totuşi, cînd ofiţerii folosesc violenţa în mod inutil, pentru a dobîndi controlul asupra comportamentului unui suspect, ei pot fi acuzaţi de utilizarea excesivă a forţei[iv]. Într-un incident cunoscut din 1991, Rodney King a fost bătut de poliţişti din cadrul Departamentului de Poliţie Los Angeles, după ce a fost urmărit pentru că accelerase şi se opusese arestării. Bătaia pe care a primit-o, filmată de un martor, a atras indignarea publică.

[iv]Pentru discuţii despre forţa excesivă într-un oraş american, vezi Johnson, M.S. (2004). *Street justice: A history of police violence in New York City.* Boston: Beacon Press.

În pofida unor astfel de legi, manifestările de violenţă şi abuzuri folosind atingerile agresive sînt încă frecvente atît în America de Nord, cît şi în multe societăţi din întreaga lume. Studiile arată că, deşi bărbaţii tind mai degrabă decît femeile să devină victime ale violenţelor unui necunoscut, femeile au şanse mai mari decît bărbaţii să devină victimele violenţelor din partea unui partener relaţional apropiat, de exemplu, a soţului[69].

Atingerile ritualice. Unele atingeri sînt ritualice, adică le efectuăm în cadrul unui obicei sau al unei tradiţii. În America de Nord, strîngerea de mînă constituie un astfel de exemplu. Cînd le strîngem mîna unor persoane, în cadrul ritualului de salut, înţelegem că strîngerea de mînă nu comunică nici o semnificaţie anume legată de relaţie (ca, de exemplu, ţinerea de mînă). În schimb, acest ritual de salut implică în multe culturi sărutatul pe buze sau pe obraji; de asemenea, persoanele din culturile respective percep aceste atingeri ca făcînd parte din ritual, nu neapărat ca expresii ale iubirii sau afecţiunii. Alte atingeri ritualice survin în contextul practicării sporturilor. De exemplu, baschetul, luptele, fotbalul, polo pe apă şi multe alte sporturi implică un contact corp la corp între jucători[70].

Comportamentele vocale

Aveţi poate o voce cu timbru înalt, siflantă, sau o voce profundă, răsunătoare. Poate că de obicei vorbiţi foarte repede sau destul de tare. Poate că aveţi un accent care indică unde aţi crescut. Uneori puteţi vorbi cu un anumit ton al vocii, pentru a sugera că sînteţi iritat, amuzat sau plictisit. Numim acestea **elemente vocale**. De asemenea, le mai numim şi **paralimbaj** (însemnînd „în afară de limbaj"), pentru a arăta că sînt asociate cu cuvintele pe care le rostim pentru a comunica semnificaţii.

➲ **elemente vocale** Trăsături ale vocii.

➲ **paralimbaj** Comportamente vocale care însoţesc comportamentul verbal, comunicînd semnificaţii.

Unii oameni sînt surprinşi să afle că vocea constituie un canal al comunicării nonverbale. La urma urmei, vorbim prin intermediul vocii, iar comunicarea vorbită este verbală, nu-i aşa? Este adevărat, însă unicul aspect verbal al comunicării vorbite este *ceea ce spunem* – cuvintele însele. Orice alt aspect al vocii, inclusiv următoarele caracteristici, sînt nonverbale.

În viaţa de zi cu zi: Cînd vorbesc cu oameni care nu le înţeleg limba, unele persoane au tendinţa de a vorbi mai tare decît de obicei, fapt care se datorează frustrării de a nu fi înţeles, dar desigur că nu contribuie la o mai bună înţelegere.

- *Tonalitatea*: Tonalitatea vocii măsoară cît de ascuţită sau de groasă sună aceasta. Vocea fiecărei persoane are o *frecvenţă fundamentală* medie, tonalitatea pe care o are cel mai adesea. În medie, vocile femeilor au o tonalitate mai înaltă decît vocile bărbaţilor, iar adulţii au voci mai joase decît copiii.
- *Inflexiunea*: Inflexiunea vocii se referă la variaţiile de tonalitate. Vocile cu inflexiuni ample sînt descrise de obicei ca fiind foarte expresive; cele cu inflexiuni reduse sînt considerate monotone[71].
- *Volumul*: Volumul descrie cît de intensă sau slabă este vocea cuiva. Majoritatea ne modificăm volumul vocal în conformitate cu cerinţele contextului social; de exemplu,

vorbim în șoaptă într-o bibliotecă și vorbim mai tare în aglomerația de la o recepție. De asemenea, vocea fiecărei persoane are un *volum mediu*, adică unii oameni vorbesc în general mai tare decît alții.

Viteza: În medie, adulții vorbesc cu o viteză de aproximativ 150 de cuvinte pe minut[72], dar o persoană poate vorbi mai rapid, cînd este incitată, sau mai lent, cînd nu este sigură pe sine.

Cuvintele de umplutură: Sînt sunete care nu reprezintă cuvinte, de exemplu, „îmmm" sau „ăăăă", pe care mulți oameni le folosesc pentru a umple tăcerea din pauzele create în vorbire. Dacă trebuie să facem o pauză în timp ce vorbim – de exemplu, pentru a ne aminti cuvîntul pe care vrem să-l folosim sau un lucru pe care vrem să-l descriem –, putem folosi cuvinte de umplutură în timpul pauzei, pentru a arăta că intenționăm să vorbim în continuare.

Pronunția: Reflectă cît de corect combină o persoană sunetele vocalice și consonantice pentru a rosti un cuvînt.

Articularea: Articularea sau *enunțarea* se referă la cît de clar vorbim. Persoanele care mormăie sau vorbesc cu gura plină dau dovadă de o articulație defectuoasă. În schimb, persoanele ale căror cuvinte sînt clare și ușor de înțeles articulează bine.

Accentul: Accentul reprezintă caracteristicile pronunției sunetelor vocalice și consonantice specifice unei anumite limbi sau zone geografice. Toți oamenii vorbesc cu un anumit accent – chiar și dumneavoastră –, deși de obicei observă doar acele accente diferite de cel propriu.

Tăcerea: Reprezintă absența sunetelor. Utilizăm frecvent tăcerea pentru a transmite semnificații pe parcursul conversațiilor[73]. De exemplu, tăcem adesea cînd nu sîntem siguri cum să răspundem la o întrebare sau cînd am rostit deja ceea ce vrem să spunem despre un subiect. De asemenea, putem trata pe cineva cu tăcere, ignorînd persoana respectivă, pentru a comunica sfidare sau dispreț[74]. Nu în ultimul rînd, putem folosi tăcerea pentru a arăta că nu vrem să răspundem la o întrebare, poate pentru a evita stînjeneala sau ofensarea[75].

Subiect de discuție: În 1995, canadianul Sean Shannon a stabilit recordul pentru cel mai rapid vorbitor din lume, recitînd un monolog de 260 de cuvinte în 23,8 secunde, deci cu o viteză de peste 10,92 cuvinte pe secundă sau peste 655 de cuvinte pe minut, adică de patru ori mai mare decît viteza medie de vorbire a unui adult.

Cercetarea în prim-plan: Conform studiilor, copiii dobîndesc accentul de la prieteni și de la colegii de clasă, într-o măsură mai mare decît de la părinți[v]. Să presupunem că un cuplu locuiește în Brooklyn, dar se mută în Dallas, iar apoi au copii. Ați fi tentat să credeți că aceștia vor vorbi cu accent de Brooklyn, deoarece aud accentul părinților acasă, cînd învață limba. În schimb, copiii au mai degrabă tendința de a dobîndi accentul colegilor lor – un accent sudic.

[v]Vandell, D.L. (2000). Parents, peer groups, and other socializing influences. *Developmental Psychology*, 36, pp. 699-710.

Cercetarea în prim-plan: Anumite mirosuri, de exemplu, cele de mîncare, evocă și ele excitația sexuală. Studiile efectuate de Smell and Taste Treatment and Research Foundation relevă că bărbații simt cea mai mare excitație sexuală cînd miros o combinație de lavandă și plăcintă de dovleac, iar femeile – cînd miros o combinație de castravete și bomboane cu aromă de lemn dulce[vi].

[vi]Hirsch, A.R. (1998). Scent and sexual arousal: Could fragrance help relieve sexual disfunction? *Medical Aspects of Human Sexuality*, 1, pp. 9-12.

Iosirea mirosului

ntre toate canalele comunicării nonverbale, probabil că vă este cel mai dificil să vă dați ma ce legătură există între miros și comunicarea umană. pare că simțul mirosului, numit **olfacție**, acționează în d subtil, dar intens, influențîndu-vă reacțiile față de alte persoane. De fapt, două elemente nțiale pentru experiența umană și pentru comunicare – memoria și atracția sexuală – sînt fund influențate și de miros.

➲ **studiul olfacției** Studiul simțului mirosului.

AMINTIRILE. Mirosurile ne pot schimba comportamentul comunicațional, influențîndu-ne intirile și dispoziția. Ați mirosit vreodată o anumită aromă – poate o anumită mîncare sau parfum – și v-ați adus aminte imediat de o anumită persoană, un eveniment sau un loc?

Cercetarea în prim-plan: Şi orientarea sexuală joacă un rol cu privire la mirosurile corporale pe care le considerăm atrăgătoare. Un studiu în care participanţii au evaluat caracterul neplăcut al transpiraţiei axilare a demonstrat că bărbaţii homosexuali preferau într-o măsură mult mai mare mirosul altor gay. În schimb, lesbienele au preferat mirosul bărbaţilor heterosexuali şi al femeilor, faţă de cel al altor lesbiene. Aceste evaluări s-au bazat numai pe miros; participanţii nu cunoşteau identitatea persoanei al cărei miros îl simţeau[vii].

[vii] Martins, Y., Preti, G., Crabtree, C.R., Runyan, T., Vainius, A.A., Wysocki, C.J. (2005). Preference for human body odors is influenced by gender and sexual orientation. *Psychological Science*, 16, pp. 694-701.

Poate că aroma checului cu banane vă aduce în minte bucătăria bunicii sau mirosul de ulei de motor vă evocă un unchi care obişnuia să repare maşini. Aceste conexiuni sînt exemple de *asocieri olfactive*, tendinţa mirosurilor de a evoca amintiri specifice. Din ce motiv asocierile olfactive sînt importante pentru comunicare? Amintirile sînt asociate adesea cu emoţii specifice, prin urmare, cînd un miros ne aminteşte de o anumită persoană sau de un loc, are potenţialul de a ne influenţa dispoziţia şi comportamentul.

Atracţia sexuală. Mirosul ne influenţează comunicarea deoarece joacă un rol stabilind faţă de cine sîntem atraşi din punct de vedere sexual. Deşi puteţi avea impresia că atracţiile sexuale sînt declanşate îndeosebi de stimuli vizuali – faptul că vi se pare că o persoană *arată* atrăgător –, de fapt, evaluările pe care le faceţi cu privire la atractivitatea sexuală a unei persoane sînt puternic influenţate de felul în care îi percepeţi mirosul. Mai precis, studiile ne arată că, atunci cînd căutăm parteneri de sex opus, sîntem atraşi de persoane ale căror miros corporal natural este cît mai diferit de al nostru. De ce?

Dacă două persoane au mirosuri foarte asemănătoare, specialiştii au stabilit că şi genele lor sînt foarte asemănătoare şi că similaritatea amplifică probabilitatea ca ei să aibă copii genetic anormali. Oamenii au copii mult mai sănătoşi cînd au parteneri cu gene cît mai puţin asemănătoare cu ale lor. Mirosul natural al corpului unei persoane îi semnalează creierului dumneavoastră cît de asemănătoare sînt genele sale în comparaţie cu ale dumneavoastră, prin urmare veţi evalua instinctiv persoana respectivă ca fiind mai atrăgătoare din punct de vedere sexual.

Desigur, nu toate cazurile de atracţie sexuală coincid cu dorinţa de reproducere. Totuşi, natura a asociat mirosul cu atracţia sexuală pentru a contribui la motivarea unor alegeri sănătoase, cînd scopul nostru este procrearea. Totuşi, nu mirosim profilul olfactiv al unei persoane în mod conştient.

Utilizarea spaţiului

În timpul interacţiunilor sociale, negociem în permanenţă utilizarea spaţiului. Acest comportament devine clar cînd spaţiul nostru personal este limitat. Gîndiţi-vă cum ar fi să vă aflaţi într-un lift plin sau într-un avion aglomerat. De ce atît de mulţi dintre noi consideră astfel de situaţii inconfortabile? Studiul ştiinţific al utilizării spaţiale, numit **proxemică**, arată că fiecare dintre noi avem un anumit spaţiu personal pe care îl „purtăm” în jurul nostru, ca pe o bulă invizibilă. Cît de mult spaţiu preferă fiecare dintre noi depinde de temperament, de tipul situaţiei în care ne aflăm şi de cît de bine cunoaştem persoanele din jur[76].

proxemică Studiul utilizării spaţiului.

Antropologul Edward T. Hall a descoperit că în culturile occidentale oamenii folosesc patru *zone spaţiale* sau niveluri ale distanţei personale, cînd interacţionează între ei.

Distanţa intimă, care variază de la 0 la aproximativ 0,45 m, este zona în care sîntem dispuşi să le permitem accesul prietenilor noştri cei mai apropiaţi şi mai intimi, membrilor familiei şi partenerilor de cuplu. În cazul altor prieteni sau rude, păstrăm de obicei o **distanţă personală** pe care Hall o definea ca variind între 0,45 şi 1,2 m. Faţă de clienţi, cunoştinţe nu foarte apropiate şi alte persoane

distanţă intimă Distanţa pe care o menţin majoritatea oamenilor din culturile occidentale faţă de parteneri; variază de la 0 la 0,45 m.

distanţă personală Distanţa pe care o menţin majoritatea oamenilor din culturile occidentale faţă de prieteni şi rude; variază de la 0,45 m la 1,2 m.

pe care nu le cunoaștem bine păstrăm o **distanță socială**, care variază de la 1,2 m la 3,6 m și corespunde unei interacțiuni mai oficiale, impersonale. În cele din urmă, **distanța publică** este cea menținută de obicei cînd cineva ține un discurs sau un spectacol în fața unui public mai larg. De obicei, distanțele publice variază între 3,6 m și 7,3 m, în funcție de circumstanțe.

În interacțiunea interpersonală, un factor care influențează proximitatea fizică este dizabilitatea unei persoane. Multe persoane care nu au dizabilități fizice stau mai departe de persoanele cu dizabilități decît de alte persoane. De fapt, specialiștii în comunicare Dawn și Charles Braithwaite au sugerat că oamenii se feresc adesea să interacționeze cu persoane cu dizabilități, la fel cum tind să evite persoanele aparținînd altor culturi[77]. Unii cercetători cred că acest lucru se datorează faptului că oamenii au o prudență inerentă față de toți cei pe care îi percep ca fiind diferiți de ei înșiși[78].

➲ **distanță socială** Distanța pe care o mențin majoritatea oamenilor din culturile occidentale față de cunoștințe; variază de la 1,2 m la 3,6 m.

➲ **distanța publică** Distanța pe care o mențin majoritatea oamenilor din culturile occidentale față de persoanele din public în timpul unei interacțiuni cu un grup mai mare de persoane; variază între 3,6 m și 7,3 m.

În afara sălii de curs: Cereți-le studenților să petreacă timp în diverse locuri din campus – de exemplu, biblioteca, librăria și locurile populare aflate în aer liber – și observați cum sînt configurate spațiile respective astfel încît să promoveze sau să inhibe interacțiunea socială.

În culturile occidentale, încălcarea normelor privind spațiul personal poate cauza disconfort psihologic.

Aspectul fizic

Intenționat sau neintenționat, emitem tot felul de evaluări cu privire la oameni pe baza felului în care arată. Sîntem foarte înclinați să atribuim calități persoanelor atrăgătoare din punct de vedere fizic, tendință pe care oamenii de știință o numesc **efect de halo**. Cu alte cuvinte, cînd o persoană *arată* bine, majoritatea presupunem în mod subconștient că el/ea *este* bună. Într-adevăr, studiile arată că avem impresia că oamenii atrăgători sînt mai prietenoși, mai competenți și mai abili din punct de vedere social decît persoanele mai puțin atrăgătoare[79].

Aceste percepții generează o serie de avantaje foarte reale pentru atractivitate. De exemplu, persoanele atractive au o stimă de sine sporită și au mai multe întîlniri amoroase decît persoanele mai puțin atrăgătoare[80]. De asemenea, sîntem mai amabili și mai cooperanți cu persoanele atrăgătoare și mai indulgenți cu infractorii atrăgători[81]. Prin urmare, dacă uneori pare că persoanele care arată bine au toate avantajele, studiile ne arată că într-adevăr așa se întîmplă. Oricît de mult am vrea să pretindem opusul, majoritatea sîntem puternic influențați de aspectul fizic cînd evaluăm alte persoane.

Totuși, preferința pentru frumusețe are și o „zonă întunecată". Deoarece atractivitatea fizică este atît de mult apreciată, unele persoane ajung la extreme periculoase pentru a o dobîndi. După cum veți deduce din caseta „Comunicarea : zona întunecată", unul dintre efectele nefericite ale căutării frumuseții este prevalența tulburărilor de

➲ **efect de halo** Tendința de a atribui calități pozitive persoanelor atractive din punct de vedere fizic.

Cercetarea în prim-plan: Într-un studiu clasic, bărbații au vorbit la telefon cu o femeie instruită de organizatorii studiului, după ce îi văzuseră fotografia. Jumătate dintre ei au văzut fotografia unei femei foarte atrăgătoare; cealaltă jumătate, fotografia uneia mai puțin atrăgătoare. Toți bărbații au stat de fapt de vorbă cu aceeași persoană, dar cei care credeau că discută cu o femeie atrăgătoare erau mai entuziaști, mai implicați, foloseau mai multe gesturi și erau mai expresivi din punct de vedere vocal decît cei care credeau că vorbesc cu o femeie neatrăgătoare. Descoperirile demonstrează că purtarea cuiva poate fi influențată chiar și de perceperea atractivității[viii].

[viii]Snyder, M., Tanke, E.D., Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, pp. 656-666.

Comunicarea: zona întunecată

TULBURĂRILE DE ALIMENTAȚIE ȘI PRESIUNEA DE A FI ATRĂGĂTOR

Fără îndoială, a fi atrăgător din punct de vedere fizic constituie un avantaj. Datorită efectului de halo, credem că oamenii atrăgători sînt mai simpatici, mai isteți, mai prietenoși, mai onești și mai competenți și ne purtăm cu ei în consecință. Încă din copilărie, majoritatea sîntem învățați să apreciem atractivitatea fizică. Din păcate, accentul pus pe înfățișarea fizică poate crea presiuni sociale și psihologice enorme asupra oamenilor, de a deveni cît mai atrăgători posibil.

Din cauza presiunilor de a fi atrăgători și pentru că a fi atrăgător înseamnă adesea a fi slab, un număr alarmant de oameni suferă de tulburări de alimentație.

Institutul Național de Sănătate Mintală SUA (US National Institute of Mental Health) identifică două tipuri majore de tulburări de alimentație: anorexia nervosa și bulimia nervosa. *Anorexia nervosa* derivă din dorința de a fi cît mai slab posibil. Persoanele care suferă de anorexie vor să slăbească în permanență, prin dietă și exerciții prea drastice, vomisment autoindus și abuz de laxative sau diuretice. Anorexia este asociată cu riscuri majore de sănătate, printre care presiune sangvină scăzută, stop cardiorespirator, depresie clinică și suicid.

Bulimia nervosa se caracterizează prin îngurgitarea unor cantități mari de mîncare, urmată de compensarea supraalimentării prin vomare, abuzul de laxative sau diuretice și/sau abținerea de la mîncare. Dacă persoanele suferind de anorexie sînt adesea excesiv de slabe, persoanele suferind de bulimie au adesea o greutate normală pentru vîrsta și înălțimea lor. Bulimia amplifică riscul anumitor probleme de sănătate, printre care tulburările gastrointestinale, depresia clinică și carierea dinților (cauzată de vomatul frecvent).

Chiar și persoanele care nu suferă de tulburări de alimentație pot apela la măsuri extreme pentru a deveni slabe. Unele apelează la o procedură numită *gastroplastie verticală bandată* – numită și „capsarea stomacului" – prin care stomacul este modificat chirurgical, pentru a diminua aportul de alimente, astfel încît să piardă greutate. O procedură diferită, numită *abdominoplastie*, constă în îndepărtarea excesului de piele și de grăsime de pe abdomen, pentru ca persoana respectivă să pară mai slabă.

Sfatul meu

Dacă nu ați suferit niciodată de o tulburare de alimentație, puteți fi ușor tentat să considerați anorexia și bulimia drept nimic mai mult decît un simptom de *narcisism*, o obsesie nesănătoasă față de sine. La fel, dacă nu ați suferit niciodată de depresie clinică, vă puteți întreba de ce pacienții deprimați nu pot pur și simplu „să iasă din starea aceea". Tulburările de alimentație și depresia sînt totuși boli. Persoanele care suferă de aceste tulburări nu au nevoie numai de tratament medical, ci și de compasiune și de sprijin de la rudele și prietenii lor.

Surse: National Institute of Mental Health, http://www.nimh.nih.gov/health/publications/eating-disorders/what-are-eating-disorders.shtml; National Eating Disorders Association, www.nationaleatingdisorders.org

Folosirea timpului

Cronemica reprezintă modul în care oamenii folosesc timpul. Poate că nu vă gîndiți imediat la folosirea timpului ca la un comportament nonverbal, dar modul în care le acordăm (sau refuzăm să le acordăm) timpul nostru altora le poate comunica mesaje importante despre sentimentele noastre față de ei. De exemplu, deoarece de cele mai multe ori ne petrecem timpul cu oameni și activități care contează pentru noi, modul în care folosim timpul comunică mesaje despre ceea ce valorizăm. Cînd ne dedicăm timpul altora, lăsăm de înțeles faptul că îi prețuim pe oamenii respectivi.

> ➲ **cronemică** Utilizarea timpului.

> **În viața de zi cu zi:** Studenții care se confruntă cu tulburări de alimentație sau care vor să afle mai multe despre acestea pot să acceseze următoarele site-uri: www.edreferral.com și www.nationaleatingdisorders.org.

Modul în care ne folosim timpul comunică și mesaje despre putere. Cînd mergeți să vedeți pe cineva care are o poziție de putere superioară, de exemplu, pe șeful dumneavoastră, nu este ieșit din comun să vă lase să așteptați. Totuși, probabil că vi se pare nepoliticos să lăsați

să aștepte o persoană aflată într-o poziție investită cu mai multă putere. Într-adevăr, regula pare să fie că timpul oamenilor puternici este mai important decît timpul oamenilor mai puțin puternici.

Folosirea artefactelor

Fiecare dintre noi avem anumite medii fizice pe care le locuim și le controlăm, de exemplu, o casă sau un apartament, o cameră de cămin sau un birou. **Artefactele** sînt obiectele și trăsăturile vizibile dintr-un mediu care reflectă cine sîntem și ce ne place. De exemplu, un birou pe care îl vizitați de obicei poate fi luxos și opulent, cu un birou de stejar, mobilă tapițată cu piele, iluminat discret și cu tablouri scumpe pe pereți. Un alt birou poate fi simplu, funcțional, cu birouri și scaune metalice, iluminare fluorescentă și pereți goi. Ce mesaje ar putea comunica aceste artefacte diferite despre ocupanții celor două birouri?

Modul în care situăm artefacte precum mobila într-un mediu poate facilita sau inhiba interacțiunea interpersonală. De exemplu, profesorii de la Philips Exeter Academy, o școală privată din New Hampshire, practică „metoda Harkness" de predare, care implică dispunerea a 12 studenți și a unui profesor în jurul unei mese ovale. Această dispunere are rolul de a diminua separarea dintre elevi și profesori, încurajînd pe toată lumea să interacționze într-un mod deschis, implicîndu-se. În schimb, persoanele care vor să descurajeze conversația în birourile lor sau în mediul de lucru își pot plasa birourile astfel încît să stea cu spatele la ceilalți.

De asemenea, și culoarea mediilor noastre poate influența comportamentul nonverbal, modificîndu-ne atitudinea și dispoziția[82]. Mai precis, culori „calde", precum roșu, portocaliu și galben, tind să fie incitante, în timp ce culorile „reci", de exemplu, nuanțele de albastru și de verde, au efecte calmante[83]. Unii cercetători au sugerat că aceste asociații s-ar fi format anterior, în istoria omenirii, cînd oamenii asociau nuanțele de albastru și verde cu natura și noaptea – prin urmare cu pasivitatea –, iar culorile vesele cu lumina soarelui și cu ziua – prin urmare cu atitudinea activă[84].

➲ artefact Obiect sau trăsătură vizibilă a unui mediu, cu valoare comunicativă.

Subiect de discuție: Un motiv pentru care utilizarea timpului transmite mesaje privind valoarea este faptul că, cel puțin în unele culturi, considerăm că timpul este un bun tangibil și finit, asemănător banilor. Din acest motiv, vorbim despre „a petrece timp", „a economisi timp", „a-ți face timp", „a investi timp" și „a pierde timp". În același mod în care cheltuim bani pe ceea ce prețuim, cheltuim timp pe ceea ce apreciem.

Subiect de discuție: Preferințele oamenilor în materie de culori sînt remarcabil de asemănătoare. Conform unei metaanalize a unor studii la care au participat peste 21.000 de persoane, culoarea preferată este albastru, urmată (în ordine) de roșu, verde, mov, portocaliu și galben. Această ierarhizare a preferințelor culorilor este independentă de etnie sau de sex[ix]. Unii cercetători au sugerat că preferăm albastrul din cauză că îl asociem cu ideea de calm[x].

[ix] Eysenk, H.J. (1981). Aesthetic preferences and individual differences. În D. O'Hare (ed.), *Psychology and the arts* (pp. 76-101). Atlantic Highlands, New Jersey: Humanities Press.

[x] Crozier, W.R. (1999). The meanings of colour: Preferences among hues. *Pigment and Resin Technology*, 28, pp. 6-14.

PE SCURT • ZECE CANALE ALE COMUNICĂRII NONVERBALE

Mimica feței • Importantă pentru identitate, atracție și emoție
Comportamentele vizuale • Valoarea comunicativă a contactului vizual și a dimensiunii pupilelor
Mișcările și gesturile • Au rolul de gesturi-emblemă, gesturi ilustrative, manifestări ale afectului, gesturi de reglaj și gesturi adaptoare
Comportamentele de atingere • Folosite pentru a transmite afecțiune, îngrijire, putere și control, agresivitate sau în cadrul ritualurilor
Comportamentele vocale • Variații ale vocii, sub aspectul tonalității, inflexiunii, volumului, vitezei, utilizării cuvintelor de umplutură, al pronunției, articulării, accentului și tăcerii
Folosirea mirosului • Importantă pentru memorie și pentru atracția sexuală
Utilizarea spațiului • Patru distanțe spațiale: intimă, personală, socială și publică

Aspectul fizic • Presupunerea că oamenii atrăgători au și alte calități pozitive (efectul de halo)
Folosirea timpului • Trimite mesaje privind valoarea și puterea
Folosirea artefactelor • Include selectarea și plasarea obiectelor, folosirea luminii și a culorilor

Deoarece aceste zece canale prin intermediul cărora comunicăm nonverbal cu ceilalţi includ aproape toate simţurile noastre, comunicarea nonverbală este o experienţă cu adevărat incitantă. Secţiunea „Pe scurt" rezumă aceste canale nonverbale. Totuşi, nu toată lumea foloseşte comportamentul nonverbal în aceleaşi moduri. După cum vom vedea în secţiunile următoare, cultura şi sexul au ambele influenţe puternice asupra stilurilor de comunicare nonverbală.

ÎNVĂȚAȚI Care sînt cele trei funcții comunicative principale ale feței? Cum influențează cultura comportamentul vizual? Cînd anume devine un gest emblemă? De ce atingerea este cel mai important simț pentru supraviețuire? Care aspecte ale vocii sînt verbale și care nonverbale? Cum influențează mirosul memoria și atracția sexuală? Care sînt cele patru zone spațiale ale lui Hall? În ce constă efectul de halo? În ce mod utilizarea timpului comunică mesaje despre valoare? Ce este un artefact?

APLICAȚI Îmbrăcați-vă într-un costum conservator, de afaceri și mergeți la un restaurant, la un magazin, la o bancă sau la alte instituții. Observați cît de rapid vă ajută angajații și cît sînt de prietenoși și dornici să vă servească. Acum, repetați experimentul, îmbrăcîndu-vă în haine de stradă sau chiar ponosite. Ce diferențe observați în comportamentele altor oameni față de dumneavoastră? Ce diferențe observați sub aspectul comportamentului propriu?

REFLECTAȚI Ce asocieri olfactive faceți? De ce credeți că efectul de halo este atît de puternic?

3. Cultura, sexul și comunicarea nonverbală

Să presupunem că aţi cîştigat o medalie olimpică de aur. În timp ce sînteţi pe cea mai înaltă treaptă a podiumului, ascultînd imnul dumneavoastră naţional, cu prietenii şi familia radiind de mîndrie în tribune, vă imaginaţi ce bucurie imensă aţi simţi. Ce comportamente nonverbale aţi putea manifesta? În ce postură aţi sta? Ce expresie aţi avea pe chip? Ce gesturi aţi face?

Este uşor să vă imaginaţi că toată lumea s-ar comporta la fel ca dumneavoastră în situaţia respectivă. Totuşi, cercetătorii ne spun că modalităţile în care comunicăm nonverbal sînt influenţate nu numai de emoţiile individuale şi de cerinţele situaţiei, dar şi de alte două influenţe majore asupra comunicării nonverbale: cultura şi sexul.

Cultura influențează comunicarea nonverbală

Mulţi americani care urmăresc la televizor jocurile olimpice sînt uimiţi de anumite comportamente nonverbale ale sportivilor din diferite culturi. De exemplu, în ceea ce priveşte comportamentele de salut, sportivii străini pot sta mai aproape - sau mai departe – unul de celălalt, în comparaţie cu distanţa tipică specifică culturii americane. Motivul este că acesta şi multe alte comportamente nonverbale sînt modelate de practicile culturale în care au fost crescuţi oamenii.

Subiect de discuție: Un alt exemplu de gest-emblemă a cărui semnificație variază de la o cultură la alta este clătinatul din cap. Deși în cultura americană semnifică „da", în Bulgaria și Grecia semnifică „nu".

Analizaţi următoarele modalităţi în care cultura influenţează comunicarea nonverbală:

- *Gesturile-emblemă*: Mesajul specific simbolizat de un gest-emblemă variază adesea de la o cultură la alta. Gestul pentru „vino aici" folosit în Statele Unite înseamnă „la revedere" în China, Italia şi Columbia[85]. Gesturile echivalente cu „OK", „pumnii strînşi cu ambele

degete mari îndreptate în sus", însemnînd „succes", şi încrucişarea degetelor au semnificaţii sexuale şi obscene în multe părţi ale lumii[86].

Manifestările afective: Unele manifestări ale afectului (emoţiilor) sînt specifice anumitor culturi. În China, de exemplu, femeile îşi exprimă satisfacţia emoţională acoperindu-şi gura cu vîrfurile degetelor. La fel, un bărbat din Uruguay ţine pumnii strînşi şi îi răsuceşte în direcţii diferite, ca şi cum ar stoarce o cîrpă udă, pentru a-şi exprima mînia.

Distanţa personală: În general, persoanele din ţările arabe conversează stînd la distanţe mai mici decît americanii[87]. Conform unui studiu, din cauza diferenţelor sub aspectul distanţei pe care o preferă în conversaţii, studenţii arabi îi consideră pe cei americani distanţi, iar studenţii americani îi consideră pe cei arabi prea dominatori[88].

Contactul vizual: În multe culturi occidentale, contactul vizual direct semnifică faptul că o persoană este sinceră, demnă de încredere şi autoritară, iar absenţa contactului vizual a rage evaluări negative din partea celorlalţi[89]. Comparativ, unele culturi asiatice, latino--americane şi din Orientul Mijlociu consideră absenţa contactului vizual un semn de supunere sau de respect faţă de autoritate[90].

Expresiile faciale ale emoţiei: Decenii de cercetări arată că persoanele din întreaga lume îşi exprimă emoţiile – mai ales emoţiile fundamentale, precum fericirea, tristeţea, teama, surpriza şi dezgustul – în moduri foarte asemănătoare[91]. Totuşi, ceea ce tinde să difere de la o cultură la alta este cît de expresivi sînt oamenii cînd îşi comunică emoţiile, cei din culturile individualiste fiind de obicei mai expresivi sub aspect emoţional decît cei din culturile colectiviste[92].

Învіaţa de zi cu zi: Este util să ne amintim că emoţia nu este exprimată la fel de expresiv în toate societăţile. Este uşor să confundăm lipsa de expresivitate emoţională a unei rude cu indiferenţa, deşi ea nu are acest sentiment.

Comportamentul de salut: De obicei, persoanele din culturile occidentale îşi salută cunoştinţele prin intermediul unei strîngeri de mînă, în timp ce persoanele din ţările mediteraneene se sărută de obicei pe ambii obraji. În ţările asiatice, se obişnuieşte ca oamenii să se salute printr-o plecăciune, cele mai lungi şi mai ample fiind rezervate persoanelor celor mai respectate[93].

Orientările temporale: Vă amintiţi din capitolul 2 că unele culturi – printre care cele din Statele Unite, Canada, Finlanda, Marea Britanie şi Germania – sînt *monocronice*, adică percep timpul drept un produs tangibil, se aşteaptă ca evenimentele să înceapă „la timp" şi nu le place să piardă timpul[94]. Alte culturi – de exemplu, cele din Franţa, Brazilia, Mexic şi Arabia Saudită – sînt *policronice*, ceea ce înseamnă că văd timpul ca fiind flexibil şi difuz şi nu au aşteptări stricte privind punctualitatea[95].

Atingerile: Persoanele din **culturi cu un nivel ridicat de contact**, printre care se numără Franţa, Mexic şi Grecia, se ating mult mai des decît persoanele din **culturi cu un nivel redus de contact**, ca, de exemplu, Japonia, Suedia şi Finlanda[96]. De asemenea, culturile cu un nivel ridicat de contact sînt caracterizate şi printr-un spaţiu personal mai mic decît culturile cu un nivel redus de contact. Conform studiilor, Statele Unite sînt clasificate cel mai corect drept o *cultură cu nivel mediu de contact*[97].

➲ **cultură cu un nivel ridicat de contact** O cultură în care oamenii se ating frecvent şi menţin o distanţă personală mică unii faţă de ceilalţi.

➲ **cultură cu un nivel redus de contact** O cultură în care oamenii se ating rar şi menţin distanţe personale relativ mari unii faţă de ceilalţi.

Elementele vocalice: Pe lîngă diferenţele deja observabile în privinţa accentelor, culturile diferă şi sub aspectul folosirii sunetelor de umplutură[98]. Deşi „îmmm" şi „ăăă" sînt sunete de umplutură comune pentru vorbitorii de limbă română, vorbitorii de limbă chineză spun adesea „zhege zhege zhege", adică „asta asta asta", drept cuvinte de umplutură.

Părinţii din întreaga lume le vorbesc copiilor într-un limbaj copilăresc.

Subiect de discuție: Cereți-le studenților să dea alte exemple de asemănări culturale sub aspectul comportamentului comunicațional.

Este important faptul că nu *toate* comportamentele nonverbale diferă de la o cultură la alta. Oamenii din întreaga lume interpretează un zîmbet drept o exprimare a bucuriei[99]. Părinţii din toate culturile cunoscute le vorbesc copiilor într-un *limbaj copilăresc* – cu tonalităţi vocale blînde, cu timbru ascuţit şi vocabular foarte simplificat[100]. Faptul că doi oameni provin din culturi diferite nu înseamnă că ei nu pot comunica nonverbal unul cu celălalt, ci pur şi simplu că ar trebui să ţină cont de numeroasele modalităţi în care fundalul lor cultural influenţează ceea ce fac.

Sexul influențează comunicarea nonverbală

Subiect de discuție: Deși între persoanele de sex diferit există multe diferențe în privința comportamentelor nonverbale, diferențele sînt adesea mici. Întrebați-i pe studenți de ce este adesea mai ușor să observe diferențele decît asemănările dintre persoanele de sex diferit sau provenind din culturi diferite.

Cercetarea în prim-plan: Un studiu al interacțiunii online a relevat că, atunci cînd comunicau în spațiul virtual tridimensional cu alte avataruri, femeile mențineau un spațiu personal mai mare față de avatarurile care mențineau contact vizual decît față de avatarurile care nu făceau acest lucru. În cazul bărbaților nu s-a constatat aceeași diferență[xi].

[xi]Bailenson, J.N., Blascovich, J., Beall, A.C., Loomis, J.M. (2001). Equilibrium theory revisited: Mutual gaze and personal space in virtual environments. *Presence*, 10, pp. 583-598.

A doua influenţă majoră asupra comunicării nonverbale este cea a apartenenţei la un anumit sex. Femeile şi bărbaţii reacţionează uneori prin comportamente nonverbale diferite – sau au reacţii de intensitate diferită – la aceeaşi situaţie.

O explicaţie oferită de studii pentru influenţa apartenenţei la un anumit sex asupra comunicării nonverbale constă în faptul că la începutul copilăriei băieţii şi fetele sînt condiţionaţi social să comunice în modalităţi specifice genurilor (masculin, pentru băieţi, feminin, pentru fete)[101]. O altă explicaţie este faptul că diferenţele anatomice şi fiziologice dintre sexe le determină să se comporte în moduri diferite[102]. Ambele posibilităţi sînt sprijinite de dovezi ample provenite din studii, dar nu întotdeauna este vorba despre aceleaşi comportamente. Cu alte cuvinte, diferenţele dintre sexe sub aspectul anumitor comportamente nonverbale par să fie influenţate mai mult de socializare decît de biologie, în timp ce altele sînt influenţate mai mult de biologie decît de socializare.

Indiferent de motiv, sexul influenţează cîteva forme de comunicare nonverbală, printre care se numără:

- *Expresivitatea emoţională*: Conform mai multor studii, femeile sînt mai expresive decît bărbaţii, în ceea ce priveşte o diversitate de stări emoţionale care includ bucuria[103], afecţiunea[104], tristeţea[105] şi deprimarea[106]. Unele studii arată că bărbaţii sînt mai expresivi decît femeile în ceea ce priveşte mînia[107], deşi alte studii nu au relevat diferenţe între sexe sub raportul exprimării mîniei[108].
- *Contactul vizual*: Cînd comunică cu alte persoane de acelaşi sex, femeile menţin contactul vizual într-o măsură mai mare decît bărbaţii[109], diferenţă demonstrată atît în Statele Unite, cît şi în Japonia[110]. De fapt, perechile de femei se privesc mai mult decît perechile de bărbaţi cînd vorbesc, cînd ascultă şi chiar în timpul intervalelor de tăcere[111]. Conform studiilor, perechile bărbat-femeie se aseamănă cu perechile femeie-femeie, sub aspectul contactului vizual[112].
- *Spaţiul personal*: În comparaţie cu bărbaţii, femeile sînt abordate mai îndeaproape, le fac loc altora mai rapid, şed şi stau în picioare mai aproape de alte femei şi tolerează mai multe încălcări ale spaţiului personal[113]. În interacţiunile dintre sexe, bărbaţii tind mai degrabă să încalce spaţiul personal al femeilor, în comparaţie cu femeile care încalcă spaţiul personal al bărbaţilor[114].

- *Elemente vocalice* : În medie, vocile bărbaţilor au un timbru mediu mai jos decît al femeilor. Principalul motiv este faptul că bărbaţii au o cutie vocală mai mare şi corzi vocale mai lungi - acestea produc sunetul vocii - decît femeile, ca urmare a modificărilor fiziologice care survin în timpul pubertăţii[115]. Conform studiilor, bărbaţii folosesc mai multe cuvinte de umplutură şi pauze în timp ce vorbesc, în comparaţie cu femeile[116].
- *Atingerile* : În rîndul adulţilor, bărbaţii tind într-o măsură mai mare să atingă femeile decît femeile pe bărbaţi, în cazul în care atingerea nu face parte din salut (de exemplu, o strîngere de mînă)[117]. Totuşi, în cazul perechilor de persoane de acelaşi sex, femeile se ating una pe alta mult mai des decît bărbaţii, deşi această diferenţă dintre sexe este mai redusă între prieteni apropiaţi decît între cunoştinţe[118].
- *Aspectul fizic* : Diferenţele dintre sexe sub aspectul înfăţişării sînt influenţate la rîndul lor de cultură. În plus, femeile şi bărbaţii se îngrijesc de obicei în moduri destul de diferite. De exemplu, în culturile occidentale, apelul la cosmetică este semnificativ mai comun în rîndul femeilor, în comparaţie cu bărbaţii[119]. De asemenea, femeile şi bărbaţii poartă de obicei stiluri diferite de îmbrăcăminte şi bijuterii şi au coafuri diferite, convenţii care accentuează şi mai mult diferenţele dintre înfăţişările lor.

AVEŢI APTITUDINI?

ADAPTAREA LA DIFERENŢELE DINTRE SEXE

Adaptaţi-vă la stilul nonverbal al sexului opus.

Ce ?	De ce ?	Cum ?	Încercaţi !
Învăţaţi să vă adaptaţi la stilul de comunicare nonverbală al persoanelor de sex opus.	Pentru a comunica mai eficient şi mai empatic cu persoanele de sex opus.	1. Cu un prieten de acelaşi sex, realizaţi un joc de roluri în care ambii aveţi un comportament verbal specific sexului propriu, dar adoptaţi comportamente nonverbale ale sexului opus. 2. După interacţiune, discutaţi ce anume vi s-a părut dificil - chiar stînjenitor - la acest exerciţiu. A fost uşor să vă adaptaţi comportamentul ?	1. După aceea, într-un grup mic de prieteni sau colegi, exersaţi adaptarea comportamentelor nonverbale la caracteristicile celuilalt sex, cît de bine puteţi. După ce aţi încercat o vreme să adoptaţi comportamentul nonverbal al sexului opus, acest exerciţiu vi se poate părea mai uşor. 2. În două alineate, explicaţi cum aţi gestionat provocarea de a vă adapta la comportamentul nonverbal al sexului opus. Indicaţi ce anume v-ar uşura această experienţă pe viitor.

ANALIZAŢI : ***De ce adaptarea nonverbală este avantajoasă ?***

Unul dintre cele mai eficiente moduri de a elimina discrepanţele din comunicarea cu persoane de sex opus este să învăţăm să ne adaptăm la comportamentul lor nonverbal. Adaptarea presupune modificarea propriului comportament pentru a concorda mai bine cu al lor. Adaptarea poate constitui o tactică extrem de eficientă pentru transcenderea diferenţelor dintre sexe privind comunicarea, dar este o aptitudine care trebuie exersată. Pentru mai multe detalii, consultaţi caseta „Aveţi aptitudini ? ".

La fel cum nu toate comportamentele nonverbale variază de la o cultură la alta, nu toate comportamentele nonverbale ale persoanelor de sex opus diferă. Poate că lucrul cel mai important este - după cum sugerează specialista în comunicare Kathryn Dindia - faptul că diferenţele dintre sexe, chiar cînd se înregistrează, nu sînt întotdeauna mari, în nici un caz atît de semnificative cum propunea autorul popular John Gray (vezi capitolul 2).

ÎNVĂȚAȚI Care sînt diferențele dintre culturile cu un nivel ridicat de contact și culturile cu un nivel scăzut de contact? De ce vocile bărbaților au o tonalitate medie mai joasă decît ale femeilor?

APLICAȚI Identificați în instituția dumneavoastră de învățămînt sau în comunitate o oportunitate de a interacționa cu un grup de persoane al căror fond cultural diferă cu mult de al dumneavoastră. În prealabil, învățați cît de multe puteți despre comportamentele nonverbale comune în cultura respectivă și exersați-le în interacțiunea cu acele persoane. După aceea, redactați o însemnare scurtă de tip jurnal în care consemnați ce ați învățat despre comunicarea nonverbală cu acea comunitate culturală.

REFLECTAȚI Cînd vă simțiți stînjenit comunicînd cu persoane din alte culturi? De ce credeți că diferențele dintre sexe privind comunicarea sînt atît de mult discutate în cultura populară?

4. Perfecționarea aptitudinilor de comunicare nonverbală

În serialul TV de comedie *The Office* (*La birou*), actorul Steve Carrell joacă rolul lui Michael Scott, managerul zonal al unei companii de distribuţie de ziare, care nu se simte bine în societate. În conversaţiile cu angajaţii şi cu clienţii, Scott întîmpină adesea dificultăţi legate de exprimarea emoţiilor şi foloseşte în mod inadecvat umorul pentru a-şi ascunde sentimentele de nesiguranţă sau inadecvate. Concomitent, adesea nu observă cînd oamenii reacţionează negativ la stilul său de comunicare. Deşi încearcă să-i determine pe alţii să-l placă şi chiar este considerat simpatic, nu este foarte abil la comunicarea nonverbală. Michael Scott ar face bine să citească această secţiune, în care explorăm modalităţi de a ne îmbunătăţi două aptitudini comunicaţionale fundamentale : interpretarea comunicării nonverbale şi exprimarea verbală a mesajelor.

Interpretarea comunicării nonverbale

Am observat că oamenii folosesc comunicarea nonverbală pentru a exprima multe tipuri de mesaje, printre care mesaje privind emoţiile şi atitudinile, puterea şi dominarea, convingerea şi înşelarea. Prin urmare, o aptitudine importantă pentru comunicatori este cea de a decoda sau de a interpreta comportamentele nonverbale ale altor persoane. Această abilitate necesită două aptitudini separate, dar interrelaţionate : receptivitatea faţă de mesajele nonverbale şi descifrarea semnificaţiei lor.

Cercetarea în prim-plan: Capacitatea specifică de a descifra mesajele emoționale ale unei alte persoane se numește *acuratețe a empatiei*. Studiile arată că femeile sînt înzestrate, în medie, cu un nivel mai mare de acuratețe a empatiei decît bărbații[xii].

[xii] Ickes, W. (ed.) (1997). *Empathic accuracy*. New York: Guilford.

FIŢI ATENT LA MESAJELE NONVERBALE. Cînd fiica dumneavoastră se strîmbă după ce află că aveţi broccoli la cină sau fiul dumneavoastră vorbeşte pe un ton entuziasmat cînd îşi descrie ultimul său asalt la scrimă, observaţi aceste indicii nonverbale? Cînd o persoană cu care rivalizaţi la locul de muncă vă face în mod intenţionat să aşteptaţi la o întîlnire sau pare neobişnuit de tensionată în timp ce staţi de vorbă cu ea, sesizaţi aceste posibile indicii ale dominării sau ale inducerii în eroare?

Receptivitatea faţă de astfel de mesaje nonverbale este importantă, deoarece nu putem interpreta mesajele dacă nu le observăm mai întîi. Deşi studiile indică faptul că unele persoane sînt mai receptive decît altele la mesajele nonverbale, prin natura lor, vă puteţi îmbunătăţi sensibilitatea nonverbală prin conştentizarea atentă[120]. Cînd interacţionaţi cu cineva, încercaţi următoarele abordări :

- Amintiţi-vă că aproximativ două treimi din ceea ce comunică o persoană se transmite prin comunicările nonverbale. Este util să interpretaţi cuvintele celuilalt, dar nu uitaţi că adesea comunicarea nonverbală este mai importantă.
- Fiţi deosebit de atent la expresiile faciale, pentru indicii ale felului în care se simte persoana respectivă. Nu uitaţi că faţa comunică mai multe emoţii decît alte canale nonverbale.
- Observaţi-i tonul vocii şi mişcările corpului, deoarece aceste comportamente sînt deosebit de relevante pentru a semnala dominaţia şi inducerea în eroare.

În măsura în care vă amintiţi aceste principii cînd interacţionaţi cu ceilalţi, vă veţi putea amplifica receptivitatea faţă de comunicarea nonverbală.

DESCIFRAŢI SEMNIFICAŢIA MESAJELOR NONVERBALE. Uneori, mesajele nonverbale au semnificaţii multiple. De exemplu, dacă observaţi un tînăr care zîmbeşte, ar putea însemna că este fericit. Totuşi, ar mai putea însemna că este pe punctul de a-l convinge pe un client să cumpere ceva, că alină o rudă care tocmai i-a comunicat veşti proaste sau că flirtează cu noua sa vecină atrăgătoare[121]. Dacă îl auziţi vorbind cu glas tare, ar putea însemna că este incitat sau că este nervos, surprins sau discută cu cineva care are probleme cu auzul.

Prin urmare, o componentă esenţială a interpretării este descifrarea semnificaţiei comportamentelor nonverbale manifestate de persoanele cu care comunicaţi. Descifrarea corectă a unui mesaj comportamental înseamnă să consideraţi că înseamnă ceea ce a vrut vorbitorul să însemne[122]. Să presupunem că îi descrieţi prietenei dumneavoastră Vanessa cum se înrăutăţeşte starea de sănătate a bunicii dumneavoastră, iar ea vă strînge mîna, pentru a vă comunica sprijinul ei. Dacă îi consideraţi comportamentul un gest de sprijin, atunci i-aţi descifrat corect mesajul nonverbal. Dacă îl interpretaţi însă în sensul unui interes de cuplu din partea ei, atunci i-aţi descifrat greşit mesajul.

Subiect de discuţie: Într-un alt context social, comportamentul Vanessei ar putea avea o conotaţie romantică, fapt care ilustrează importanţa luării în considerare a contextului în asocierea semnificaţiilor cu un comportament nonverbal.

Pentru a vă îmbunătăţi aptitudinile de descifrare a mesajelor nonverbale, încercaţi următoarele strategii :

- *Conştientizaţi situaţia.* Ţineţi cont atît de situaţia socială în care se află o persoană, cît şi de alte comportamente nonverbale ale sale. De exemplu, dacă observaţi un bărbat care plînge, primul instinct ar fi să conchideţi că este trist. Totuşi, poate că observaţi totodată că este înconjurat de prieteni zîmbitori şi de rude care îl îmbrăţişează şi îl bat pe umăr. Poate chiar îl veţi auzi rîzînd, deşi îi curg lacrimile. Cînd ţineţi cont şi de aceste informaţii, îi puteţi interpreta plînsul drept o dovadă că este fericit sau uşurat, mai degrabă decît trist.
- *Ţineţi cont de cultură.* Nu uitaţi că uneori diferenţele culturale influenţează semnificaţia unui mesaj nonverbal. Această observaţie pare să fie adevărată îndeosebi în cazul gesturilor şi comportamentelor privirii. De exemplu, am observat că folosirea gestului „pumnii strînşi, cu degetele mari ridicate" sau menţinerea contactului vizual în timpul unei conversaţii poate avea semnificaţii diferite în culturi diferite. Cu cît învăţaţi mai multe despre diversitatea culturală sub aspectul comportamentelor nonverbale, cu atît veţi reuşi să descifraţi mai bine comportamentele respective.

Ţineţi cont de diferenţele culturale cînd interpretaţi comportamentul nonverbal. Deşi sărutul semnifică adesea iubirea în culturile occidentale, în multe părţi ale lumii constituie o componentă comună a salutului social obişnuit.

- *Solicitaţi clarificări.* Cînd nu sînteţi sigur cît de corect aţi descifrat mesajul nonverbal al unei persoane, gîndiţi-vă să o întrebaţi. Să presupunem că descrieţi un produs nou unei cliente, iar expresia ei facială sugerează confuzie. În loc să presupuneţi că i-aţi înţeles corect expresia, o puteţi întreba : „Aţi înţeles descrierea mea ? ". Dacă ea vă răspunde că i s-a părut neclară, îi puteţi explica din nou produsul, folosind un limbaj mai simplu. Totuşi, clienta ar putea răspunde că o doare capul. În acest caz, expresia pe care aţi descifrat-o ca semnificînd confuzia era de fapt una de disconfort.

Aptitudinea de elaborare şi de analizare a mai multor interpretări posibile ale unui comportament nonverbal poate fi exersată. Pentru început, încercaţi exerciţiul din caseta „Aveţi aptitudini?". Exersîndu-vă receptivitatea şi capacitatea de descifrare, vă veţi îmbunătăţi şi capacitatea de a interpreta semnificaţia comportamentelor nonverbale[123].

AVEŢI APTITUDINI?

ELABORAREA UNOR INTERPRETĂRI PENTRU COMPORTAMENTE NONVERBALE

Gîndiţi-vă cum înţelegeţi comunicările nonverbale ale altor persoane.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să luaţi în calcul interpretările posibile ale unui comportament nonverbal.	Pentru a interpreta mai corect comunicarea nonverbală.	1. Cînd întîlniţi un comportament nonverbal – de exemplu, un gest sau o expresie facială – observaţi cum îl interpretaţi iniţial. Ce anume credeţi că înseamnă? 2. Găsiţi cel puţin alte trei interpretări ale comportamentului, diferite de interpretarea iniţială. Observaţi ce se întîmplă în mediu şi în contextul social. Ţineţi cont de alte comportamente nonverbale pe care le manifestă persoana respectivă şi de orice afirmaţii verbale pe care le face. Luaţi în calcul trecutul său, cultura şi genul. Căutaţi indicii relevante care vă pot ajuta să-i interpretaţi comportamentul altfel decît l-aţi interpretat iniţial.	1. Petreceţi timp urmărind oamenii într-un loc public. Cînd observaţi un comportament nonverbal, notaţi prima interpretare pe care i-o asociaţi. Analizaţi apoi situaţia şi găsiţi cel puţin alte trei interpretări. 2. Pentru fiecare interpretare, notaţi indiciile care au sprijinit-o. La final, redactaţi un paragraf detaliat care să descrie comportamentul şi toate dovezile de care aţi ţinut cont pentru a vă elabora interpretarea.

ANALIZAŢI: ***Cît de dificil este să vă puneţi la îndoială interpretarea iniţială a comportamentului unei persoane?***

Exprimarea mesajelor nonverbale

Unii dintre noi se pricep la interpretarea comportamentelor nonverbale, dar nu se pricep foarte bine să se exprime nonverbal. Aptitudinile de exprimare a mesajelor nonverbale sînt valoroase din acelaşi motiv pentru care este importantă şi aptitudinea de a interpreta: deoarece oamenii comunică mai multe informaţii în mod nonverbal decît verbal. Dacă vă pricepeţi să exprimaţi mesaje nonverbale, veţi fi capabil în consecinţă să comunicaţi cu alţi oameni mai clar şi mai eficient decît cineva mai puţin capabil.

Ca în cazul aptitudinilor de interpretare, unii oameni sînt mai expresivi, mai carismatici şi mai sociabili în mod natural decît alţii[124]. Pentru a vă perfecţiona aptitudinea de a exprima mesaje nonverbale, încercaţi următoarele:

- *Învăţaţi de la alţii.* Petreceţi timp împreună cu oameni foarte expresivi. Unii cercetători au sugerat că putem învăţa să devenim mai expresivi sub aspect nonverbal, dacă stăm în preajma persoanelor extrovertite şi carismatice[125]. De asemenea, studiile sugerează că anumite profesii atrag oameni foarte expresivi. Printre aceste profesii se numără cele de profesor, actor şi cîntăreţ, politician şi vînzător, diplomat, responsabil servicii clienţi, consilier şi terapeut şi preot[126]. Pentru a exercita convingător oricare dintre aceste profesii, o persoană trebuie să fie capabilă să comunice clar şi competent cu ceilalţi. Expresivitatea nonverbală constituie o componentă esenţială a comunicării competente.

- *Exersaţi expresivitatea.* Luaţi parte la jocuri şi ia activităţi prin care practicaţi aptitudinile de exprimare nonverbală. Un exemplu bun este jocul „mim", un joc popular în care trebuie să mimaţi un cuvînt sau o sintagmă fără să vorbiţi, în timp ce membrii echipei dumneavoastră încearcă să ghicească cuvîntul pe baza descrierii. Deoarece succesul la „mim" depinde de capacitatea dumneavoastră de a descrie cuvîntul sau sintagma pe cale nonverbală, acest joc poate fi un exerciţiu bun pentru aptitudinea expresivă. O altă activitate care vă poate îmbunătăţi aptitudinile de exprimare nonverbală este jocul de rol, care implică jucarea rolurilor unor personaje în situaţii specifice, aşa cum aţi acţiona dacă v-aţi afla în realitate în situaţiile respective.

Subiect de discuţie: A fi expresiv nu înseamnă neapărat a fi ostentativ. Oamenii care exercită profesii precum cea de consilier sau preot pot avea o personalitate destul de rezervată, dar pot fi extrem de expresivi în mod nonverbal.

În viaţa de zi cu zi: Jocurile de rol nu trebuie să fie formale; putem efectua un joc de rol şi în timpul conversaţiilor, cînd punem în practică interacţiuni imaginate sau abordăm perspectiva altora.

Pentru a deveni abil la exprimarea mesajelor nonverbale, trebuie să faceţi mai mult decît să fiţi pur şi simplu expresiv. Totodată, trebuie să învăţaţi să vă exprimaţi folosind comportamente nonverbale pe care alţi oameni le pot interpreta corect. Cînd vă aflaţi în preajma unor persoane care au abilităţi de exprimare nonverbală, dobîndiţi această capacitate sau v-o îmbunătăţiţi. La fel, participarea la activităţi precum jocul „mim" şi jocul de rol vă poate oferi şansa de a vă exersa abilităţile.

ÎNVĂŢAŢI Care este diferenţa dintre a fi receptiv la un mesaj nonverbal şi a-i descifra mesajul? Care sînt unele profesii pe care le practică de obicei persoane foarte expresive?

APLICAŢI Înregistraţi un episod dintr-un serial preferat de televiziune şi apoi urmăriţi cîteva minute din el fără sonor. Fiţi atent la comportamentele nonverbale ale personajelor şi încercaţi să aflaţi ce emoţii simt acestea. După ce aţi v-aţi făcut o idee despre emoţia personajului, întrebaţi-vă la ce alte concluzii aţi fi putut ajunge, avînd informaţiile disponibile. Urmăriţi apoi aceleaşi cîteva minute cu sunet pentru a vedea cît de corectă a fost estimarea.

REFLECTAŢI La ce comportamente nonverbale sînteţi cel mai sensibil? Pe care este cel mai puţin probabil să le observaţi la ceilalţi? De ce este importantă abilitatea de a vă exprima nonverbal?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

1. Specificul comunicării nonverbale (p. 203)
   - Comunicarea nonverbală cuprinde comportamente şi caracteristici care transmit semnificaţii fără a utiliza cuvinte.
   - Comunicarea nonverbală are următoarele caracteristici: a) este prezentă în majoritatea conversaţiilor interpersonale; b) de obicei transmite mai multe informaţii decît comunicarea verbală; c) de obicei i se dă crezare într-o măsură mai mare decît comunicării verbale; d) este principalul mijloc de comunicare a emoţiilor; e) este metacomunicativă.
   - Comunicarea nonverbală are următoarele funcţii: a) gestionarea conversaţiilor; b) exprimarea emoţiilor; c) menţinerea relaţiilor; d) formarea impresiilor; e) influenţarea altora; f) ascunderea informaţiilor.
2. Zece canale ale comunicării nonverbale (p. 215)
   - Mimica feţei este importantă pentru identitate, atractivitate şi emoţii.
   - Printre comportamentele privirii se numără contactul vizual şi dilatarea pupilelor.
   - Mişcările şi gesturile includ gesturile-emblemă, gesturile ilustrative, manifestările afective, gesturile de reglaj şi gesturile adaptoare.
   - Printre comportamentele de atingere se numără atingerile afective, atingerile cu rol de îngrijire, atingerile cu rol de control, atingerile agresive şi cele ritualice.

- Vocile variază sub aspectul tonalității, inflexiunii, volumului, vitezei vorbirii, utilizării cuvintelor de umplutură, pronunției, articulării, tăcerii și accentului.
- Mirosul este deosebit de important pentru amintiri și atracția sexuală.
- Oamenii își creează patru niveluri de spațiu: intim, personal, social și public.
- Aspectul fizic este important, deoarece le atribuim persoanelor atractive calități, fenomen numit efect de halo.
- Utilizarea timpului comunică mesaje despre valoare și putere.
- Folosim artefacte pentru a comunica prin selecția și dispunerea obiectelor și prin utilizarea culorii.

3. Cultura, sexul și comunicarea nonverbală (p. 228)
   - Multe comportamente nonverbale – dar nu toate – diferă de la o cultură la alta.
   - Sexul influențează comunicarea cîtorva comportamente nonverbale.
4. Perfecționarea aptitudinilor de comunicare nonverbală (p. 232)
   - Capacitatea de a interpreta mesaje nonverbale depinde de receptivitatea la mesajele respective și de descifrarea acestora.
   - Capacitatea de a exprima mesaje nonverbale poate fi amplificată de prezența unor persoane expresive și de participarea la activități care vă ajută să vă exersați expresivitatea.

TERMENI-CHEIE

artefact (p. 227)
canale nonverbale (p. 206)
comportament de implicare imediată (p. 210)
comunicare nonverbală (p. 203)
cronemică (p. 226)
cultură cu un nivel redus de contact (p. 229)
cultură cu un nivel ridicat de contact (p. 229)
distanță intimă (p. 224)
distanță personală (p. 224)
distanță publică (p. 225)
distanță socială (p. 225)
efect de halo (p. 225)
elemente vocale (p. 222)
emoticoane (p. 205)
gest adaptor (p. 219)
gest de reglaj (p. 219)
gest ilustrativ (p. 219)
gest-emblemă (p. 219)
gestică (p. 219)
haptică (p. 220)
indicii privind alternarea în conversație (p. 209)
kinestezie (p. 219)
manifestare afectivă (p. 219)
mimica feței (p. 215)
oculezică (p. 218)
paralimbaj (p. 222)
proporționalitate (p. 216)
proxemică (p. 224)
simetrie (p. 215)
studiul olfacției (p. 223)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. În ce fel v-ați modifica înfățișarea dacă ați încerca să păreți mai prietenos? Dar mai inteligent? Mai liberal? Mai bogat? Ce aspecte ale înfățișării personale transmit astfel de mesaje?
2. Cum vă simțiți cînd cineva vă face să așteptați? Ce mesaje receptați din modul în care alte persoane utilizează timpul?
3. Atingerea este o formă de comunicare nonverbală influențată profund de regulile sociale și culturale. Care sînt cîteva dintre regulile pe care le percepeți în ceea ce privește atingerile?
4. De ce tindem să dăm crezare stimulilor nonverbali, chiar și cînd contrazic cuvintele unei persoane? Dați un exemplu de situație în care ați crede mesajul verbal al unei persoane, în loc de mesajul ei nonverbal.

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Toate acestea sînt caracteristici ale comunicării nonverbale, *cu excepția*:
   a. comunicarea nonverbală este prezentă în majoritatea conversațiilor interpersonale;
   b. comunicarea nonverbală transmite de obicei mai multe informații decît comunicarea verbală;

c. comunicarea nonverbală este mijlocul secundar de comunicare a emoţiilor;
d. comunicarea nonverbală este metacomunicativă.

2. Cînd Jorge a cerut-o în căsătorie pe Janie, ea şi-a pus mîna pe inimă, pentru a-şi arăta dragostea pentru el. Ce tip de gest a făcut Janie?
a. de reglaj;
b. adaptor;
c. manifestare afectivă;
d. gest-emblemă.

3. Cînd manichiurista îi atinge mîinile lui Suzi pentru a-i face manichiura, tipul de atingere pe care îl receptează Suzi este:
a. atingere afectuoasă;
b. atingere cu rol de îngrijire;
c. atingere ritualică;
d. atingere care comunică putere şi control.

4. Care dintre următoarele comportamente vocale indică cît de înaltă sau joasă este o voce?
a. inflexiunea;
b. volumul;
c. timbrul;
d. viteza vorbirii.

5. Trei comportamente care se modifică sistematic cînd oamenii încearcă să inducă în eroare sînt:
a. zîmbetul, clipitul din ochi, dilatarea pupilelor;
b. clipitul din ochi, agitaţia, tresăritul;
c. dilatarea pupilelor, tresăritul, zîmbitul;
d. nici unul dintre acestea.

Completaţi spaţiile goale

6. _____ este primul dintre cele cinci simţuri care se dezvoltă la oameni.
7. Oamenii din culturile _____ stau mai aproape unul de celălalt şi se ating mai des.
8. Sunetele care nu sînt cuvinte, precum „îmmm" sau „ăăă", se numesc cuvinte _____.
9. Cînd vă orientaţi postura în altă direcţie decît cea a persoanei cu care vorbiţi, drept indiciu al faptului că vreţi să puneţi capăt conversaţiei, se numeşte _____.
10. _____ înseamnă convergenţa comportamentelor nonverbale a două persoane.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple 1 (c); 2 (c); 3 (b); 4 (c); 5 (a); Completaţi spaţiile goale: 6 (atingerea); 7 (cu un nivel ridicat de contact); 8 (de umplutură); 9 (poziţionare la stînga); 10 (sincronie interacţională).

RESURSE

Filme

Nell (dramă, 1994, AP-13)

Acest film relatează povestea lui Nell, o tînără femeie care a crescut izolată de societate, în pădurile din Carolina de Nord. În afară de mama ei decedată şi de sora ei geamănă, Nell nu a mai întîlnit pe nimeni, pînă ce este descoperită de Jerome, un medic din zonă, şi de Paula, un psiholog care vrea să o studieze pe Nell în laboratorul ei. Deoarece Nell vorbeşte o limbă proprie, ininteligibilă pentru ceilalţi, filmul oferă multe oportunităţi de observare a comunicării prin intermediul semnalelor nonverbale.

Two Can Play That Game (*Joc în doi*, comedie, 2001, interzis minorilor)

În această comedie, Shanté descoperă că prietenul ei Keith s-a întîlnit cu alte femei. Ea decide să-l recîştige pe Keith folosind diverse strategii şi tactici, doar ca să descopere apoi că Keith se

juca cu ea. În cîteva scene, personajele folosesc comportamente nonverbale (îndeosebi comportamente afectuoase) pentru a-şi comunica mesaje unul altuia.

Cărţi şi articole din periodice

Andersen, P.A. (2007). *Nonverbal communication: Forms and functions* (ediţia a II-a). Long Grove, Illinois: Waveland.

Guerrero, L.K., Floyd, K. (2006). *Nonverbal communication in close relationships*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Herz, R.S., Inzlicht, M. (2002). Sex differences in response to physical and social factors involved in human mate selection: The importance of smell for women. *Evolution and Human Behavior*, 23, pp. 359-364.

Manusov, V., Patterson, M.L. (eds.) (2006). *The Sage handbook of nonverbal communication*. Thousand Oaks, California: Sage.

Site-uri

www6.miami.edu/touch-research

Acest site al Institutului de Cercetare a Atingerilor (Touch Research Institute) din Miami descrie studii care demonstrează diversele beneficii ale atingerii şi terapiei prin atingeri.

www.scienceofsmell.com

Aceasta este pagina iniţială a Fundaţiei pentru Tratamentul şi Cercetarea Simţului Olfactiv şi Gustativ (Smell and Taste Treatment and Research Foundation), un institut de cercetare din Chicago axat pe importanţa simţului olfactiv şi a gustului în percepţie, comunicarea relaţională şi sănătate.

7

Ascultarea

1 Specificul ascultării

2 Modalități de ascultare

3 Obstacole comune în calea ascultării eficiente

4 Cum să deveniți un ascultător mai bun

SPECIALIZARE DEOSEBITĂ PENTRU A ASCULTA

La numai 90 de minute după ce își luase rămas-bun de la soția lui, Taryn, și își închisese contul online, caporalul din armata SUA Michael Davis a fost ucis de o bombă de 900 kg pe o stradă din Bagdad. La început, Taryn s-a simțit izolată în suferința ei. Cum nimeni nu îi putea înțelege durerea, mergea noaptea la mormîntul soțului ei ca să vorbească. Apoi, lui Taryn i-a venit ideea să caute alte văduve de militari. Ceea ce a început ca o serie de conversații s-a transformat în American Widow Project (Proiectul pentru Văduvele din SUA), o organizație nonprofit care oferă sprijin persoanelor care și-au pierdut soții aflați în serviciul militar. Proiectul sponsorizează o linie telefonică disponibilă 24 de ore din 24, dar la telefon nu răspund consilieri, ci alte văduve de militari, care ascultă persoanele aflate în suferință care dau telefon și cunosc bine trăirile acestora.

Ați avut probabil sentimentul că cineva vă aude, dar nu vă ascultă cum trebuie. În acest caz, probabil că v-ați simțit frustrat. După cum vă puteți imagina, problemele legate de ascultare sînt destul de comune în relațiile interpersonale[1].

Aceste probleme apar deoarece ascultarea eficientă este mai dificilă decît vi s-ar putea părea. Ca și alte aspecte ale comunicării, ascultarea este o aptitudine pe care trebuie să o învățați și să o exersați. Cînd ascultați așa cum se cuvine, această activitate îmbunătățește foarte mult calitatea relațiilor dumneavoastră. Cînd nu ascultați așa cum trebuie, atît comunicarea, cît și relațiile au de suferit.

1. Specificul ascultării

În 2008, grupul nonprofit StoryCorps a instituit Ziua Națională a Ascultării, pentru a-i încuraja pe americani să se asculte unii pe alții. Ideea este următoarea : a doua zi după Ziua Recunoștinței, cei care doresc petrec o oră înregistrînd un interviu cu o persoană la care țin. Printre întrebările sugerate de StoryCorps se numără : „Care sînt cîteva dintre cele mai importante lecții pe care le-ați învățat în viață ? " și „Cum ați vrea să fiți ținut minte ? ". Participanții sînt încurajați să păstreze înregistrările interviurilor și să le dea rudelor și prietenilor, astfel încît toată lumea să aibă bucuria de a asculta.

Dacă sînteți la fel ca majoritatea oamenilor, probabil că nu vă gîndiți prea mult la cît de bine îi ascultați pe alții. Puteți urma cursuri pentru a deveni un vorbitor mai bun sau pentru a scrie mai bine, dar puține instituții de învățămînt oferă cursuri pentru a vă îmbunătăți capacitățile de ascultare. Totuși, majoritatea oamenilor petrec mult mai mult timp ascultînd decît vorbind, scriind sau efectuînd alte comportamente comunicative. Acesta este unul dintre motivele pentru care ascultarea eficientă reprezintă o aptitudine atît de valoroasă.

Subiect de discuție: Cînd oamenii spun: „Nu asculți niciodată!", ei vor să lase să se înțeleagă adesea că cealaltă persoană pur și simplu nu are aceleași puncte de vedere ca ei. Ascultarea eficientă nu înseamnă încuviințare, desigur, dar adesea considerăm că semnifică acest lucru.

Ce este ascultarea?

În opinia multora, ascultarea este greu de definit. Cînd cineva se plînge „Niciodată nu asculți ! ", ce anume vrea să spună ?

Putem defini **ascultarea** drept procesul activ de a deduce semnificațiile mesajului rostit de o persoană[2]. Este important să remarcăm două detalii ale acestei definiții. În primul rînd, ascultarea este un proces activ. Aceasta înseamnă că nu este automat ; trebuie mai degrabă să *vă străduiți* să ascultați pe cineva. În al doilea rînd, ascultarea nu înseamnă doar auzirea sau receptarea mesajului, ci și deducerea unei *semnificații* din ceea ce auziți. Chiar dacă dumneavoastră și altcineva auziți același mesaj, puteți deduce semnificații diferite ale acestuia, fapt care arată că două persoane ascultă în mod diferit.

ascultare Procesul activ de a înțelege semnificația mesajului rostit de o altă persoană.

Pentru a înțelege această idee, imaginați-vă că îl ascultați pe fratele dumneavoastră descriindu-și noua colegă de birou și conchideți că o consideră foarte competentă și simpatică. Totuși, după ce ascultă aceeași descriere, mama dumneavoastră conchide că fratele se simte amenințat de inteligența și încrederea în sine a colegei de birou. Ambii ați auzit aceeași descriere, dar ați ascultat-o în mod diferit. Fiecare dintre noi ascultă într-un anumit stil, iar acest stil influențează ceea ce auzim și semnificațiile pe care le deducem.

Cînd ascultați pe cineva, nu înseamnă că ascultați *eficient*. Ascultarea eficientă implică ascultarea cu scopul conștient și implicit al înțelegerii mesajului pe care vrea să-l comunice vorbitorul. Este posibil să nu știți niciodată cu siguranță dacă ați înțeles semnificațiile exact conform intenției vorbitorului. Totuși, dacă ascultați cu scopul de a înțelege cît mai bine semnificațiile transmise de vorbitor, atunci ascultați eficient.

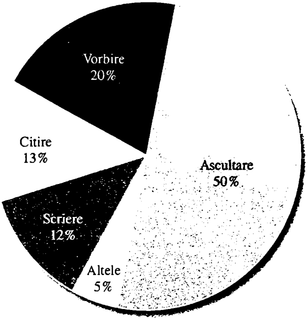


Figura 7.1. Procentele diverselor activități comunicaționale

O serie de bariere îngreunează ascultarea eficientă, iar diferite tipuri de situaţii impun tipuri de ascultare diferite. Înţelegerea dimensiunilor ascultării vă poate ajuta să vă îmbunătăţiţi capacitatea de a asculta în mod eficient. Acesta este un scop demn de a fi urmărit, după cum vom vedea în continuare.

Importanța ascultării eficiente

Unul dintre motivele pentru care este important să înţelegeţi ascultarea este că ea ne ocupă o mare parte din timp. Ce procent din zi credeţi că petreceţi ascultînd ? Într-un studiu, cercetătorii Kathryn Dindia şi Bonnie Kennedy au descoperit că studenţii petrec mai mult timp ascultînd decît făcînd orice altă activitate comunicaţională. După cum reiese din figura 7.1, participanţii şi-au petrecut 50% din orele de veghe ascultînd[3]. Comparativ, au petrecut doar 20% din timp vorbind, 13% citind şi 12% scriind. În ansamblu, au petrecut la fel de mult timp ascultînd cît au consacrat tuturor celorlalte activităţi comunicaţionale combinate. Alte studii au relevat rezultate asemănătoare, sugerînd că majoritatea dintre noi ne petrecem un procent asemănător din timpul dedicat comunicării ascultînd[4].

În viața de zi cu zi: Cereți-le studenților să enumere cinci situații cotidiene din perspectiva cărora trebuie să-și îmbunătățească aptitudinile de comunicare. Spuneți-le să completeze fraza: „Aș vrea să fiu un ascultător mai bun cînd...", pentru diverse situații din viața lor.

Capacitatea de a asculta eficient este importantă pentru succesul nostru într-o diversitate de contexte. De exemplu, aptitudinile de ascultare eficientă sînt vitale la locul de muncă. Să presupunem că angajaţii dumneavoastră nu vă ascultă cînd le spuneţi că alarma pe care o vor auzi în curînd va semnaliza o simulare de incendiu, nu un incendiu real. Unii dintre ei s-ar putea panica, iar alţii s-ar putea răni în timp ce fug panicaţi din spaţiile de lucru. Iată şi un alt exemplu : imaginaţi-vă că şeful dumneavoastră nu ascultă cînd angajaţii îl avertizează cu privire la problemele legate de echipamentul companiei. În consecinţă, o linie esenţială de producţie se strică, blocînd operaţiunile timp de o săptămînă.

Aceste exemple ilustrează ce consecinţe importante poate avea ascultarea eficientă la locul de muncă. Într-un sondaj asupra 1.000 de angajaţi din domeniul resurselor umane, participanţii

au evaluat ascultarea ca fiind cea mai importantă calitate a managerilor eficienţi[5]. Principalele 10 calităţi apar în tabelul 7.1. Conform unui alt studiu, ascultarea s-a situat în fruntea listei cu cele mai importante aptitudini comunicaţionale în familii şi în relaţiile personale[6]. Într-adevăr, a fi un bun ascultător este foarte important pentru aproape toate conexiunile sociale şi personale pe care le avem[7].

Tabelul 7.1. Cele mai importante atribute ale managerilor eficienţi, conform opiniei a 1.000 de specialişti în resurse umane care au răspuns la sondaj

1.	Capacitatea de a asculta eficient şi de a consilia
2.	Capacitatea de a lucra bine cu ceilalţi, cu cîte o persoană separat
3.	Capacitatea de a lucra bine în grupuri mici
4.	Capacitatea de a obţine informaţii corecte de la alte persoane, pentru a lua o decizie
5.	Capacitatea de a scrie rapoarte de afaceri eficiente
6.	Capacitatea de a oferi feedback
7.	Cunoaşterea meseriei
8.	Capacitatea de a prezenta o imagine publică bună a companiei
9.	Capacitatea de a folosi calculatoare
10.	Cunoştinţe în domeniul financiar

Sursa: Windsor, J.L., Curtis, D.B., Stephens, R.D. (1997). National preferences in business and communication education: A survey update. *Journal of the Association for Communication Administration*, 3, pp. 170-179. Materialul a fost adaptat după tabelul 4, p. 176.

Capacitatea de a asculta cu pricepere nu ne afectează doar relaţiile, ci are implicaţii şi asupra sănătăţii noastre fizice. De exemplu, cînd un farmacist ne dă indicaţii despre cum să luăm un medicament, trebuie să ascultăm cu atenţie, pentru a evita să luăm medicamentele în mod greşit. Cînd un medic ne spune ce alimente să evităm şi cînd o asistentă medicală ne spune cum să îngrijim o rană, trebuie să fim siguri că am înţeles.

Exerciţiu de redactare: Spuneţi-le studenţilor să se gîndească la o persoană din viaţa lor pe care o consideră un ascultător excelent şi să descrie, în scris, o situaţie în care au fost martori la felul în care persoana respectivă îşi utiliza aptitudinile de ascultător. Ce comportamente şi particularităţi specifice ale acelei persoane îşi aduc aminte?

Dacă aptitudinile de ascultare sînt atît de valoroase, de ce nu ne străduim mai mult să ni le perfecţionăm? Un motiv este acela că mulţi dintre noi ne supraestimăm capacităţile de ascultare. Conform unui studiu, 94% dintre managerii corporatişti intervievaţi s-au evaluat drept ascultători buni sau foarte buni, iar nici unul nu s-a evaluat ca fiind un ascultător slab sau foarte slab. Totuşi, cîţiva dintre angajaţii lor au susţinut altceva: au evaluat aptitudinile de ascultători ale managerilor ca fiind slabe[8]. Astfel de studii indică existenţa unei asocieri reduse între autoevaluarea capacităţii de ascultător şi cît de buni ascultători consideră alte persoane că sîntem[9].

Concepţii greşite privind ascultarea

Sînteţi surprins să aflaţi că oamenii îşi supraestimează adesea abilităţile de ascultători? Iată alte cîteva concepţii greşite privind procesul de ascultare.

MIT: A AUZI ESTE TOTUNA CU A ASCULTA. Unele persoane folosesc termenii *a auzi* şi *a asculta* ca şi cum ar fi echivalenţi, dar aceştia nu denumesc aceeaşi activitate. A auzi înseamnă doar a percepe un sunet. Majoritatea oamenilor

Subiect de discuţie: Arătaţi că, deşi auzirea şi ascultarea nu sînt unul şi acelaşi lucru, auzirea *face parte* din ascultare. Această idee este discutată mai detaliat în continuare.

aud sunete aproape în permanență – auziți cum latră cîinii vecinului, auziți televizorul în fundal, alarma unei mașini care vă trezește în toiul nopții. Auzitul este un proces pasiv care are loc atunci cînd undele sonore determină vibrația oaselor din urechea internă, care trimit semnale la creier.

Doar pentru că auzim ceva nu înseamnă și că ascultăm. Spre deosebire de auzire, ascultarea este un proces activ prin care acordăm atenție unui sunet, îi atribuim semnificații și reacționăm la el. Auzirea face parte din acest proces, dar ascultarea necesită mai mult decît simpla percepere a sunetelor din jur.

La fel, uneori ascultăm fără să auzim, iar în consecință înțelegerea poate fi afectată. Acest fapt este ilustrat în mod comic într-o serie de reclame de televiziune difuzate acum cîțiva ani de compania de telefonie Cingular/AT&T. Fiecare reclamă prezenta o convorbire la telefoane mobile între două persoane care, fără să-și dea seama, pierdeau conexiunea la jumătatea conversației. În fiecare caz, unul dintre vorbitori interpreta tăcerea celuilalt ca avînd o semnificație, cînd de fapt ea era doar consecința pierderii semnalului. De exemplu, chiar după ce îi spunea soțului ei că este însărcinată, o femeie nu mai avea semnal, fără să știe acest lucru. Deși soțul ei exclama cît este de entuziasmat cu privire la copil, ea nu auzea decît tăcere, pe care o interpreta incorect drept indiferență sau teamă din partea lui. Prin urmare, deși ea încerca să asculte, nu auzea.

MIT: ASCULTAREA ESTE NATURALĂ ȘI NU PRESUPUNE EFORTURI. Este ușor să considerăm ascultarea un proces complet natural, instinctiv, foarte asemănător respirației. Totuși, ascultarea este o aptitudine învățată, nu o capacitate înnăscută, precum auzul. Trebuie să dobîndim capacitățile de ascultare. Așa cum sîntem învățați să vorbim, trebuie să fim învățați să ascultăm – și să ascultăm eficient[10]. Pe mulți dintre noi ne învață experiențele noastre. Poate că vă aduceți aminte de situații în care nu ați ascultat eficient instrucțiunile unui superior cu privire la modul în care să realizați un proiect de serviciu și, în consecință, ați luat decizii greșite. Poate că ați fost pus într-o anumită situație, împreună cu un partener de cuplu, dar nu l-ați ascultat pe cît de eficient ar fi trebuit și a urmat o ceartă inutilă. Persoanele care comunică bine învață din greșelile lor deci probabil că astfel de experiențe v-au învățat importanța ascultării eficiente.

Subiect de discuție: Oricine s-a aflat în preajma copiilor mici este de acord cu faptul că adesea aceștia nu sînt buni ascultători. Aceasta este o exemplificare a principiului că trebuie să învățăm să ascultăm.

Recunoscînd importanța aptitudinilor bune de ascultare în domeniul sănătății, cîteva instituții de învățămînt medical din Statele Unite au inclus cursuri care să-i învețe pe tinerii medici să-și asculte eficient pacienții.

De asemenea, învățăm prin intermediul instrucțiunilor, de exemplu, instrucțiunile pe care le receptați pe parcursul cursului de comunicare interpersonală. Cu cît învățați mai multe despre ceea ce determină ascultarea să fie eficientă și despre obstacolele la care să fiți atenți, cu atît sînteți mai bine pregătit să ascultați eficient alte persoane.

Totodată, faptul că ascultarea este o aptitudine înseamnă și că oamenii au aptitudini variabile de ascultători. La fel cum unii oameni se pricep mai bine decît alții la sport, la cîntat sau la scris, unii sînt ascultători mai buni decît alții. Nu în ultimul rînd, ca în cazul majorității aptitudinilor, vă puteți îmbunătăți capacitatea de ascultare prin educație și prin exersare[11]. Consilierii și asistenții sociali sînt instruiți să-și asculte în mod eficient clienții, aptitudine care îmbunătățește calitatea serviciilor pe care le oferă. În ultimii ani, instituțiile de învățămînt din domeniul medical de pe întreg teritoriul SUA au adăugat în curricula pentru pregătirea viitorilor medici cursuri și activități de tip joc de rol care vizează ascultarea și alte aptitudini interpersonale. Persoanele care practică multe profesii – din domeniul educației la cel religios, la domeniul serviciilor și al politicii – pot beneficia de pe urma educației în vederea ascultării eficiente.

MIT: TOȚI ASCULTĂTORII AUD ACELAȘI MESAJ. Am putea presupune că, atunci cînd cîțiva oameni aud același mesaj, toți aud și înțeleg mesajul în același fel. Totuși, după cum am

învăţat în capitolul 4, percepţiile noastre privind ceea ce vedem şi auzim sînt întotdeauna limitate. Experienţele noastre, convingerile şi chiar genul şi cultura, toate acestea influenţează modul în care creăm semnificaţii din informaţiile pe care le receptăm.

Presupunerea mai sigură este aceea că toţi ascultătorii aud ceva uşor diferit, deoarece fiecare dintre noi filtrează mesajul prin propriile experienţe şi prejudecăţi unice. După cum evidenţiază specialistul în comunicare Ben Broome, chiar şi cel mai abil ascultător nu poate „ieşi" complet din el însuşi[12]. Broome nu vrea să spună că nimeni nu poate înţelege semnificaţiile comunicate de alte persoane, ci mai degrabă ne încurajează să învăţăm să conştientizăm modul în care oameni diferiţi pot interpreta şi înţelege în mod diferit acelaşi mesaj.

Cultura şi sexul influenţează comportamentul de ascultare

Mesajele culturale modelează multe comportamente comunicaţionale, iar ascultarea nu face excepţie. Îndeosebi comportamentul ascultării pare să fie influenţat de felul în care concep oamenii dintr-o anumită cultură importanţa timpului. În culturile individualiste, oamenii consideră adesea timpul o resursă. De exemplu, americanii afirmă frecvent că „timpul înseamnă bani" şi concep timpul drept un produs care poate fi economisit, cheltuit sau irosit. De obicei, oamenii din astfel de culturi apreciază mult eficienţa şi se aşteaptă ca alţii să gîndească la fel. Ei apreciază comunicarea directă, la obiect, iar ascultătorii îşi pierd răbdarea faţă de vorbitorii care nu „trec direct la subiect"[13]. În schimb, culturile colectiviste, precum cea din Coreea, pun accent pe armonia socială, mai mult decît pe eficienţă. În cadrul comportamentului lor asociat cu ascultarea, persoanele din culturile respective acordă adesea o atenţie sporită comportamentelor nonverbale şi indicilor contextuali, pentru a stabili semnificaţia mesajului unui vorbitor[14].

Puţine studii s-au axat pe sex, dar cercetările au relevat unele diferenţe între bărbaţi şi femei, sub aspectul comportamentului ascultării. În primul rînd, bărbaţii tind într-o măsură mai mare decît femeile să întrerupă persoana pe care o ascultă[15]. S-a dovedit că femeile menţin contactul vizual mai mult decît bărbaţii, cînd îşi ascultă partenerii de conversaţie[16]. Unii comentatori chiar au sugerat că femeile şi bărbaţii au stiluri complet diferite de ascultare – dar oare este adevărat? Ca să aflaţi, citiţi caseta „Realitate sau ficţiune?".

ÎNVĂŢAŢI Prin ce se deosebeşte ascultarea de auzire? Aproximativ ce procent din timpul în care o persoană comunică este dedicat ascultării? De ce ascultarea nu este un proces natural, lipsit de efort? Cum anume ascultă în mod diferit oamenii din culturile individualiste şi cei din culturile colectiviste?

APLICAŢI Data următoare cînd purtaţi o conversaţie cu cineva, axaţi-vă atenţia pe ceea ce spune cealaltă persoană, mai degrabă decît pe cum anume veţi răspunde. Exersînd, veţi învăţa să-i ascultaţi mai atent pe ceilalţi.

REFLECTAŢI În ce situaţii vi se pare că este dificil să ascultaţi eficient? Cum anume credeţi că vă influenţează valorile şi experienţele modul în care ascultaţi?

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Sexul contează: bărbaţii şi femeile ascultă în mod diferit

În această carte, analizăm cîteva stereotipuri cu privire la modul în care comunică bărbaţii şi femeile. Unele sînt evident false, altele sînt adevărate, iar altele sînt adevărate, însă mult exagerate. Un stereotip asociat cu ascultarea este faptul că femeile şi bărbaţii au stiluri de ascultare diferite. Mai precis, ideea este că femeile sînt mai interesate de oameni, în timp ce bărbaţii sînt mai interesaţi de informaţii. Acest stereotip este realitate sau este ficţiune?

O serie de studii recente sugerează că este o realitate. Într-un studiu privind stilurile de ascultare ale adulților, cercetătorii Stephanie Sargent și James Weaver au descoperit că femeile au înregistrat un scor mai mare la ascultarea axată pe oameni, în comparație cu bărbații. Aceste rezultate sugerează că femeile își folosesc abilitățile de ascultare pentru a învăța despre oameni și pentru a face conexiuni cu alte persoane. În schimb, bărbații au înregistrat un scor mai mare la ascultarea axată pe conținut, în comparație cu femeile, sugerînd că bărbații își folosesc aptitudinile de ascultare pentru a recepta conținuturi și pentru a soluționa provocări intelectuale.

Descoperirile studiului nu arată că femeile nu se implică în ascultare axată pe conținut și că bărbații nu se implică în ascultare axată pe oameni – ei realizează aceste tipuri de ascultare. Mai degrabă, studiul relevă că bărbații și femeile, în ansamblu, au abordări diferite ale ascultării, după cum sugerează stereotipul.

Poate vă amintiți că oamenii își supraestimează adesea capacitățile de ascultare. Cum putem atunci avea încredere în rezultatele unui studiu care se bazează pe autoevaluări? Deoarece practic toate studiile despre stilurile de ascultare folosesc o metodă de autoevaluare pentru aflarea informațiilor, aceasta este o întrebare esențială. Răspunsul este că autoevaluarea *modului* în care ascultă o persoană diferă de autoevaluarea *eficienței* cu care ascultă. Conform studiilor, deși mulți dintre noi exagerăm eficiența cu care ascultăm, ne autoevaluăm mult mai just stilul de ascultare.

Cum putem folosi informațiile despre diferențele dintre sexe privind stilurile de ascultare pentru a ne îmbunătăți abilitățile comunicaționale? Cînd comunicăm cu persoane de sex opus, putem ține cont de tendințele lor de ascultare și ne putem formula mesajele în acord cu acestea. Să presupunem că descrieți unor grupuri diferite de prieteni un conflict recent pe care l-ați avut cu partenerul. Deoarece știți că bărbații tind să se concentreze pe conținutul a ceea ce aud, vă puteți adapta descrierea pentru a evidenția de ce anume era legat conflictul și care era poziția fiecărei persoane. Știind că femeile tind să se axeze pe aspectele interpersonale ale afirmațiilor pe care le aud, vă puteți adapta descrierea pentru a vă axa pe ceea ce v-a învățat conflictul cu privire la partener și la dumneavoastră înșivă. Este important să țineți minte că diferențele dintre sexe, sub aspectul preferințelor de ascultare, sînt doar tendințe. Cu toate acestea, ele pot oferi indicii cu privire la cum să comunicați cel mai bine cu membrii fiecărui sex.

Conform studiilor, femeile și bărbații au stiluri diferite de ascultare. Femeile tind să spună că își folosesc aptitudinile de comunicare pentru a învăța despre oameni și pentru a stabili conexiuni personale. Bărbații tind să afirme că își folosesc aptitudinile de învățare pentru a rezolva provocări intelectuale.

Întrebați-vă

- Cum se raportează aceste diferențe generale dintre sexe la comportamentele femeilor și bărbaților pe care îi cunoașteți?
- Un anumit stil de ascultare este mai bun decît altele? Cum ar putea un context sau o situație anume să facă mai adecvat stilul de ascultare al femeilor sau al bărbaților?

Sursa : Sargent, S.L., Weaver, J.B. (2003). Listening styles : Sex differences in perceptions of self and others. *International Journal of Listening*, 17, pp. 5-18.

2. Modalități de ascultare

Pînă acum, am considerat ascultarea o activitate singulară, unică. De fapt, ascultarea eficientă presupune cîteva etape, toate fiind la fel de importante.

Etapele ascultării eficiente

modelul HURIER Un model al ascultării eficiente care implică auzirea, înțelegerea, amintirea, interpretarea, evaluarea și răspunsul.

Judi Brownell, profesor de comunicare organizațională, este o specialistă în ascultare care a elaborat **modelul HURIER** pentru a descrie cele șase etape ale ascultării eficiente : auzirea, înțelegerea, amintirea, interpretarea,

evaluarea şi răspunsul[17] (HURIER este acronimul denumirilor etapelor în limba engleză: „hearing", „understanding", „remembering", „interpreting", „evaluating", „responding"). Nu trebuie neapărat să parcurgem aceste etape în ordine; uneori, ascultarea eficientă necesită pendularea între aceste etape. Totuşi, cînd ascultăm eficient, acestea sînt comportamentele pe care le adoptăm. Le vom analiza detaliat pe fiecare.

În viaţa de zi cu zi: Capacitatea de a auzi se diminuează de obicei odată cu vîrsta, deci pe măsură ce oamenii îmbătrînesc le este tot mai greu să îi asculte pe alţii în mod eficient. Studenţii pot constata acest declin în interacţiunea cu bătrînii. Discutaţi despre cum anume se pot adapta la situaţie.

AUZIREA. După cum vă amintiţi, auzirea este procesul fizic de percepere a sunetelor. Astfel începe procesul ascultării. După cum am văzut, putem auzi pe cineva fără să ascultăm ce anume spune. Tindem să facem acest lucru cînd sîntem obosiţi, cînd nu ne interesează ce spune cealaltă persoană sau cînd auzim mai multe voci concomitent, de exemplu, într-un restaurant aglomerat. Deşi uneori auzim fără să ascultăm, totuşi, nu-i putem asculta cu adevărat pe alţii dacă nu îi putem auzi sau cel puţin dacă nu avem acces la cuvintele lor. În cazul comunicării mediate de calculator, putem acorda atenţie cuvintelor altei persoane chiar dacă acestea sînt scrise, nu rostite. Cu toate acestea, în interacţiunea faţă în faţă, auzirea este primul pas în ascultarea eficientă. Persoanele cu deficienţe de auz găsesc modalităţi de a eluda această dificultate, de exemplu, citesc de pe buze sau folosesc limbajul semnelor.

Deşi auzirea cuvintelor unei alte persoane constituie primul pas pentru ascultarea eficientă, acest lucru poate încălca totuşi intimitatea unei persoane, dacă aceasta nu doreşte să fie auzită. Din păcate, progresele în domeniul tehnologiei comunicării facilitează încălcarea frecventă a intimităţii. Citiţi caseta „Comunicarea: latura întunecată", pentru a învăţa ce să faceţi dacă vă considerați o astfel de victimă.

ÎNŢELEGEREA. Nu este suficient doar să auziţi ce spun alţii – trebuie să şi înţelegeţi. A înţelege înseamnă a sesiza semnificaţiile cuvintelor şi sintagmelor pe care le auziţi[18]. Dacă cineva vorbeşte într-o limbă pe care nu o înţelegeţi, sînteţi capabil să auziţi persoana respectivă, dar nu veţi fi capabil să ascultaţi eficient. Acelaşi lucru este valabil cînd auziţi cuvinte dintr-un limbaj tehnic sau jargon care nu vă este familiar. Deşi vorbitorul vorbeşte limba dumneavoastră, nu puteţi asculta în mod eficient dacă nu înţelegeţi cuvintele. Dacă nu sînteţi sigur că înţelegeţi ceea ce spune un vorbitor, cea mai eficientă strategie este de obicei să-i adresaţi întrebări persoanei respective pentru a verifica ceea ce aţi înţeles.

AMINTIREA. A treia etapă a modelului HURIER este amintirea sau capacitatea de a stoca ceva în memorie şi de a regăsi informaţia cînd este nevoie de ea[19]. Este important să vă amintiţi ceea ce auziţi, pentru că vă poate ajuta să evitaţi situaţii neplăcute. De exemplu, poate că aţi avut experienţa stînjenitoare de a vă întîlni cu o persoană al cărei nume nu vi l-aţi amintit, deşi aţi întîlnit persoana în cîteva ocazii anterioare. În astfel de întîlniri interpersonale, dacă vă amintiţi ceea ce aţi auzit anterior, acest fapt vă poate ajuta să comunicaţi mai eficient cu ceilalţi.

Comunicarea: zona întunecată

URMĂRIREA TELEFOANELOR MOBILE

Oricît de importantă este comunicarea, nu vrem *întotdeauna* ca alţii să ne asculte. Totuşi, odată cu progresul tehnologiei comunicaţionale s-au dezvoltat şi posibilităţile de interceptare electronică, de exemplu, ascultarea convorbirilor la telefoane mobile ale altor persoane, fără ştirea sau încuviinţarea acestora. Unele programe software ieftine şi uşor de obţinut fac posibilă interceptarea telefoanelor. După ce a fost instalat pe telefon – proces care durează doar cîteva minute –, un astfel de program îi permite urmăritorului să vă asculte convorbirile, să vă citească mesajele text şi chiar să tragă cu urechea la conversaţiile purtate faţă în faţă, activînd opţiunea de vorbire pe speaker.

Un raport din 2009 al Departamentului de Justiție al SUA arată că aceste încălcări ale intimității fac parte adesea dintr-un tipar mai amplu de hărțuire din partea unor parteneri geloși actuali sau anteriori. Dacă cineva v-a instalat pe telefonul mobil un software de interceptare, nu veți rezolva problema schimbîndu-vă numărul de telefon. Experții sugerează fie să solicitați furnizorului de servicii de telefonie mobilă să reinstaleze software-ul de operare al telefonului, fie pur și simplu cumpărați un telefon nou.

Sfatul meu

Nici unuia dintre noi nu ne place gîndul de a ne fi încălcată intimitatea. Pentru a diminua șansele de ascultare neautorizată, păstrați pe cît posibil telefonul numai în posesia dumneavoastră și restricționați accesul la el – de exemplu, încuiați-l în sertarul biroului – cînd nu îl puteți ține la dumneavoastră.

Sursa: Vezi Baum, K., Catalano, S., Rand, M., Rose, K. (2009, ianuarie). *Stalking victimization in the United States*. Washington, DC: US Departament of Justice, Bureau of Justice Statistics.

Conform studiilor, majoritatea oamenilor își amintesc doar aproximativ 25% din ceea ce aud –, iar din acest procent își amintesc doar aproximativ 20% în mod clar[20]. Prin urmare, în medie, oamenii nu se pricep prea bine să-și amintească.

Din fericire, amintirea este o aptitudine pe care o puteți exersa și îmbunătăți. *Procedeele mnemotehnice* sînt strategii care vă pot îmbunătăți memoria pe termen scurt și pe termen lung. Astfel de procedee au cîteva forme. De exemplu, pentru a ține minte culorile spectrului vizibil, studiate la ora de fizică, ați reținut formula ROGVAIV, alcătuită din inițialele culorilor curcubeului: roșu, oranj, galben, verde, albastru, indigo, violet. Mai puteți inventa versuri care să vă ajute să țineți minte anumite reguli. Un alt procedeu mnemonic este *acronimul*, un cuvînt alcătuit din primele litere sau părți ale unui termen compus. Dacă vă amintiți culorile spectrului vizibil învățînd cuvîntul ROGVAIV, folosiți acest tip de procedeu mnemotehnic. Conform studiilor, folosirea tehnicilor mnemotehnice poate consolida semnificativ memoria[21].

Interpretarea. Pe lîngă auzire, înțelegere și amintire, un ascultător eficient trebuie să interpreteze informațiile pe care le receptează. Procesul interpretării are două părți. Prima parte constă în a acorda atenție tuturor comportamentelor verbale și nonverbale ale vorbitorului, astfel încît să atribuiți semnificații spuselor persoanei respective. Să presupunem că prietena dumneavoastră Maya spune: „E o zi frumoasă". Pe baza expresiei ei faciale și a tonalității vocii, îi puteți interpreta mesajul fie ca fiind sincer – Maya consideră că vremea de astăzi este frumoasă – fie ca sarcastic – adică ea consideră că vremea este urîtă. Acestea sînt interpretări foarte diferite ale mesajului Mayei, deși cuvintele ei sînt aceleași.

Procesul interpretării implică a acorda atenție comportamentelor verbale și nonverbale ale unui vorbitor, pentru a putea atribui semnificații cuvintelor sale.

A doua parte a interpretării constă în a-i semnaliza vorbitorului interpretarea dumneavoastră. Dacă interpretați afirmația Mayei drept sinceră, probabil că veți zîmbi și-i veți spune că de-abia așteptați să ieșiți afară și să vă bucurați de vremea minunată. Totuși, dacă îi interpretați afirmația ca fiind sarcastică, puteți rîde sau puteți răspunde cu o altă remarcă sarcastică. Semnalizarea nu numai că îi arată vorbitorului că urmăriți ceea ce spune, ci vă și permite să aveți confirmarea interpretărilor dumneavoastră. Să presupunem că Maya a intenționat să facă un comentariu sarcastic despre vreme, dar dumneavoastră îl interpretați ca fiind sincer. Dacă ați zîmbit și ați spus că abia așteptați să ajungeți afară, probabil că acest răspuns îi va indica Mayei că ați interpretat greșit intenția afirmației ei. Ea ar putea spune „Glumeam", ca să vă corecteze interpretarea.

Evaluarea. În etapa evaluării se întîmplă mai multe lucruri. În primul rînd, dumneavoastră judecați dacă afirmațiile vorbitorului sînt corecte și adevărate. De asemenea, separați afirmațiile

bazate pe realitate de opinii şi încercaţi să vă daţi seama de ce vorbitorul spune ceea ce spune. În cele din urmă, analizaţi cuvintele vorbitorului în contextul altor informaţii pe care le-aţi primit de la acesta sau din alte surse. Toate aceste activităţi vă ajută să fiţi un ascultător activ, implicat, mai degrabă decît un receptor pasiv al informaţiilor.

RĂSPUNSUL. Ultima etapă a ascultării eficiente este răspunsul sau indicarea faptului că îl ascultaţi pe vorbitor. Uneori numim acest proces *a oferi feedback* şi facem acest lucru atît verbal, cît şi nonverbal, folosind o diversitate de strategii[22]. Iată şapte tipuri de răspunsuri în cadrul ascultării, dispuse gradat, de la cele active la cele pasive:

- *Încremenirea*: Răspunsul prin tăcere şi prin absenţa expresiilor faciale. Semnalează adesea lipsa de interes faţă de ceea ce spune vorbitorul.
- *Confirmarea*: Încuviinţarea din cap sau folosirea unor expresii faciale, vocalizări precum „îhî" şi afirmaţii verbale de tipul „Înţeleg" şi „Foarte interesant", astfel încît îi daţi de înţeles vorbitorului că îi acordaţi atenţie.
- *Parafrazarea*: Reformularea cu propriile cuvinte a ceea ce a spus vorbitorul, pentru a arăta că aţi înţeles. Citiţi caseta „Aveţi aptitudini?", pentru a vedea recomandările privind exersarea acestei capacităţi utile.
- *Empatia*: Îi transmiteţi vorbitorului faptul că aţi înţeles şi că îi împărtăşiţi sentimentele cu privire la acest subiect.
- *Sprijinul*: Exprimarea acordului cu opinia sau cu punctul de vedere al vorbitorului.
- *Analiza*: Comunicarea perspectivei dumneavoastră asupra a ceea ce a spus vorbitorul.
- *Recomandările*: Comunicarea unor sfaturi adresate vorbitorului cu privire la ceea ce ar trebui să gîndească, să simtă sau să facă acesta.

În funcţie de situaţie, unele dintre aceste răspunsuri ar putea fi mai utile sau mai adecvate decît altele. De exemplu, dacă ascultaţi un prieten care tocmai şi-a pierdut unchiul preferat, care a murit din cauza unui infarct, probabil că empatia şi sprijinul sînt cele mai utile resurse. „Încremenirea", confirmarea sau parafrazarea ar putea crea impresia că nu vă pasă de prietenul dumneavoastră, iar analizarea sau recomandările ar putea semnala lipsa de sensibilitate. Comparativ însă, dacă aţi fi un contabil care ascultă un client ce se întreabă cum îşi poate valorifica cel mai bine portofoliul de acţiuni, atunci se impun probabil analiza şi recomandările.

Pe lîngă situaţiile specifice, aşteptările noastre culturale ne influenţează concepţiile privind răspunsurile adecvate asociate cu ascultarea, îndeosebi sub aspectul comportamentului nonverbal adecvat. De exemplu, după cum am observat în capitolul 6, majoritatea americanilor se aşteaptă ca ascultătorii să menţină contactul vizual cu ei în timpul conversaţiei. Din acest motiv, ei presupun adesea că ascultătorii care privesc în jos sau în altă parte nu îi ascultă. Totuşi, în multe culturi amerindiene, privitul în jos sau într-o parte constituie un semn de respect[23].

În secţiunea „Pe scurt" este recapitulat modelul HURIER. Conform lui Brownell, cele şase etape ale modelului caracterizează ascultarea eficientă, indiferent ce anume se întîmplă să ascultăm. În continuare, vom adopta o perspectivă puţin diferită şi vom analiza un subiect strîns înrudit: cele mai comune tipuri de ascultare.

Subiect de discuţie: Spre deosebire de capacitatea de a auzi şi de a vă aminti, capacitatea de a interpreta corect se bazează pe înţelegerea nu doar a limbajului, ci şi a normelor culturale de comunicare ale vorbitorului.

Cercetarea în prim-plan: Studiile lui John Gottman au relevat faptul că, atunci cînd cuplurile manifestă comportamentul de „încremenire", îndeosebi în contextul conversaţiilor conflictuale, acesta este un factor anticipator foarte important privind divorţul sau disoluţia relaţiei[i].

[i]Pentru o analiză, vezi Gottman, J.M. (1994). *What predicts divorce? The relationship between marital processes and marital outcomes.* Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

În serialul de televiziune difuzat de HBO Clanul Soprano, *Tony Soprano (interpretat de James Gandolfini) este un bărbat puternic, periculos, cu un ego imens şi multe secrete teribile. Doctorul Jennifer Melfi (interpretată de Lorraine Bracco) are sarcina dificilă de a face psihoterapie cu el. În timpul şedinţelor, dr. Melfi face apel la confirmare, parafrazare şi analiză, ca modalităţi eficiente de a răspunde. Din cauza implicării lui Tony Soprano în infracţiuni, adesea ea este incapabilă de empatie sau de sprijin şi ezită să-i dea sfaturi.*

AVEŢI APTITUDINI ? PARAFRAZAREA Parafrazarea este o aptitudine facilă de ascultare.			
Ce ?	**De ce ?**	**Cum ?**	**Încercaţi !**
Învăţaţi să reformulaţi spusele unui vorbitor cu propriile dumnea-voastră cuvinte.	Pentru a indica faptul că înţelegeţi mesajul şi pentru a-i da vorbitorului şansa de a vă corecta interpretarea, dacă este necesar, ca, de exemplu, atunci cînd cineva vă dă indicaţii privind condusul maşinii sau vă dă sfaturi.	1. Cînd întîlniţi o afirmaţie al cărei înţeles ar putea fi ambiguu, stabiliţi ce anume *credeţi* că înseamnă respectiva afirmaţie. 2. Formulaţi o modalitate de a face aceeaşi afirmaţie folosind cuvinte diferite. 3. Răspundeţi-i vorbitorului : „Deci vrei să spui că...", iar apoi reformulaţi afirmaţia cu cuvintele dumneavoastră.	1. Efectuaţi un joc de rol constînd într-o conversaţie despre politică cu un coleg. Cînd nu vă este clară semnificaţia uneia dintre afirmaţiile partenerului dumneavoastră, parafrazaţi-o. 2. Probabil că partenerul fie vă va confirma interpretarea afirmaţiei, fie o va corecta. În ambele cazuri, veţi înţelege mai bine ce a vrut să spună.
ANALIZAŢI : ***De ce este util să verificaţi dacă aţi înţeles afirmaţiile unui vorbitor în timp ce îl ascultaţi ?***			

Tipuri de ascultare

Cînd discutăm despre diferite tipuri de ascultare, ne referim la diverse scopuri pe care le avem cînd discutăm cu alţi oameni. Uneori ascultăm pentru a învăţa. Alteori, scopul nostru este să evaluăm. În alte ocazii, avem obiectivul de a empatiza. Aceste scopuri nu sînt neapărat distincte ; uneori ascultăm avînd în minte mai multe scopuri. Prin urmare, cînd diferenţiem tipurile de ascultare, luăm în considerare obiectivul nostru primordial de ascultare la un moment dat.

În viaţa de zi cu zi: Pentru mulţi studenţi, ascultarea informaţională este probabil cea mai comună formă de ascultare, deoarece o folosesc atît de mult pe parcursul anilor de studiu.

Ascultarea informaţională. În mare parte, ascultarea în timpul orelor de curs sau la serviciu este **ascultare informaţională** sau ascultare cu scopul de a învăţa. Ori de cîte ori urmăriţi ştirile, cînd ascultaţi indicaţii despre direcţia în care să mergeţi cu maşina sau cînd ascultaţi prelegerea unui profesor sînteţi implicat în ascultare informaţională.

➲ **ascultarea informaţională** A asculta cu scopul de a învăţa ceva.

PE SCURT • MODELUL HURIER AL ASCULTĂRII EFICIENTE

Auzirea • Perceperea fizică a sunetelor
Înţelegerea • Înţelegerea cuvintelor pe care le-am auzit
Amintirea • Stocarea ideilor în memorie
Interpretarea • Atribuirea de semnificaţii cuvintelor auzite
Evaluarea • Judecarea credibilităţii şi intenţiei vorbitorului
Răspunsul • Indicarea faptului că ascultăm

Ascultarea informaţională este atît foarte comună, cît şi extrem de utilă. Într-adevăr, ea constituie una dintre cele mai importante modalităţi prin care învăţăm. De asemenea, constituie tipul cel mai pasiv de învăţare. În timpul ascultării informaţionale, pur şi simplu asimilăm informaţii. Deşi putem asculta eficient, luînd chiar şi notiţe, ascultăm în primul rînd pentru

a afla ceva nou, mai degrabă decît pentru a analiza sau pentru a consolida informaţiile oferite de vorbitor.

ASCULTAREA CRITICĂ. Atunci cînd scopul dumneavoastră este să evaluaţi sau să analizaţi ceea ce auziţi, vă implicaţi în **ascultarea critică**. Ascultaţi cu atenţie o reclamă, ca să vă daţi seama dacă vreţi să cumpăraţi produsul căruia îi face reclamă. Ascultaţi un discurs politic şi evaluaţi meritele a ceea ce auziţi. Ascultaţi în mod critic cum descrie mama dumneavoastră ultima ei vizită la medic, ca să vă daţi seama cît de îngrijorată este de rezultatele analizelor ei.

Un element esenţial este faptul că ascultarea „critică" nu înseamnă neapărat dezaprobare sau identificarea unor greşeli în ceea ce ascultaţi, ci analizarea şi evaluarea meritelor spuselor vorbitorului. Prin urmare, în comparaţie cu ascultarea informaţională, ascultarea critică este un proces mai activ, care necesită o implicare mai mare. Nu vă solicită doar în sensul asimilării informaţiei, ci şi în sensul evaluării şi interpretării ei. După cum vom vedea la finalul acestui capitol, practicarea ascultării critice este una dintre cele mai eficiente modalităţi de a deveni un ascultător mai bun.

➲ **ascultare critică** Ascultare cu scopul de a evalua sau de a analiza cele auzite.

Subiect de discuţie: Reamintiţi deosebirea dintre *a asculta* în mod critic şi *a avea o atitudine* critică. Deseori, cuvîntul *critic* are o conotaţie negativă, aşa că studenţii pot crede iniţial că ascultarea critică este un comportament negativ.

ASCULTAREA EMPATICĂ. Tipul de ascultare asociat cu cele mai multe provocări este probabil **ascultarea empatică**, aceasta avînd loc atunci cînd încercaţi să vă identificaţi cu vorbitorul, înţelegînd sau trăind ceea ce gîndeşte sau simte acesta[24]. Cînd vorbiţi cu un prieten care tocmai şi-a pierdut serviciul sau ascultaţi un membru al familiei care descrie stresul divorţului prin care trece, puteţi folosi ascultarea empatică pentru a alina şi pentru a oferi sprijin.

Ascultarea empatică eficientă necesită două aptitudini. Prima, *adoptarea perspectivei*, constă în capacitatea de a înţelege o situaţie din perspectiva altei persoane[25]. A doua aptitudine, *preocuparea empatică*, este capacitatea de a identifica sentimentele altei persoane şi apoi de a trăi dumneavoastră înşivă acele sentimente[26]. Cînd ascultaţi un coleg de serviciu descriind cum a fost diagnosticat recent cu o anumită boală, de exemplu, puteţi exersa adoptarea unei perspective, încercînd să vă gîndiţi la situaţia respectivă aşa cum se gîndeşte el. Puteţi practica preocupările empatice imaginîndu-vă cum se simte probabil acesta şi împărtăşind apoi emoţiile respective.

Ascultarea empatică este diferită de *ascultarea înţelegătoare*, care înseamnă a simţi compasiune faţă de o altă persoană. Dacă fiul vecinilor dumneavoastră a murit de leucemie, de exemplu, puteţi să aveţi înţelegere faţă de ei, deşi nu le puteţi înţelege cu adevărat sentimentele. În schimb, scopul ascultării empatice este a înţelege o situaţie din perspectiva vorbitorului şi a simţi ce simte acesta. De exemplu, ascultaţi un prieten care nu a fost admis la facultatea pe care o precizase drept primă opţiune şi încercaţi să-i transmiteţi că îi înţelegeţi dezamăgirea. Ascultarea empatică este o provocare, deoarece percepţia vă poate face să vă concentraţi doar asupra sentimentelor *dumneavoastră* în aceeaşi situaţie, mai degrabă decît asupra sentimentelor *vorbitorului*.

➲ **ascultarea empatică** A asculta pentru a înţelege ce gîndeşte sau simte altă persoană.

Subiect de discuţie: Ascultarea empatică este importantă în relaţiile personale, deoarece adesea apelăm la prieteni, rude şi parteneri de cuplu cînd avem nevoie de sprijin.

ALTE TIPURI DE ASCULTARE. Ascultarea informaţională, critică şi empatică nu sînt singurele tipuri de ascultare pe care le efectuăm. De exemplu, uneori practicăm *ascultarea inspiraţională*, cînd ascultăm pentru a ne inspira. Acest tip de ascultare este des întîlnit cînd ascultăm o predică sau un discurs motivaţional. Alteori, efectuăm *ascultarea apreciativă*, adică ascultăm din pură plăcere. Ne implicăm în ascultarea apreciativă

Subiect de discuţie: Întrebaţi-i pe studenţi din ce alte motive efectuează ascultarea. Ajutaţi-i să deosebească motivele cu caracter impersonal de alte motive.

cînd cineva spune o relatare hazlie sau cîntă unul dintre cîntecele noastre preferate. De asemenea, ascultarea apreciativă are loc cînd urmărim un serial de televiziune sau un film care ne place sau mergem la un spectacol al unui artist pe care îl admirăm. Totuşi, în privința interacţiunii interpersonale, ascultarea informaţională, critică şi empatică sînt adesea tipurile cele mai frecvente şi mai importante.

ÎNVĂȚAȚI Care sînt diferențele dintre a interpreta un mesaj și a răspunde la el? Prin ce se deosebesc scopurile ascultării informaționale, ascultării critice și ascultării empatice?

APLICAȚI Elaborați un procedeu mnemotehnic care să vă ajute să vă amintiți cele șapte tipuri de răspunsuri de ascultare, de la cel mai pasiv la cel mai activ (încremenirea, confirmarea, parafrazarea, empatia, sprijinul, analiza, recomandările). Notați procedeul în jurnal și apoi exersați-l, mai ales cînd recapitulați pentru teste sau examene.

REFLECTAȚI Cînd vă este greu să înțelegeți pe cineva care vorbește? La ce tipuri de ascultare vă pricepeți cel mai bine?

3. Obstacole comune în calea ascultării eficiente

În filmul *The Break-Up* (*Despărţiţi, dar împreună*, 2006), Brooke Meyers (interpretată de Jennifer Aniston) îi cere prietenului ei, Gary Grobowski (interpretat de Vince Vaughn), să aducă acasă o duzină de lămîi pentru o petrecere dată de ea pentru familiile lor. Gary nu ascultă şi aduce acasă doar trei lămîi. Brooke este supărată, pentru că musafirii vor sosi în curînd. Ea îşi manifestă îngrijorarea faţă de Gary, care continuă să se uite la televizor în timp ce vorbeşte cu ea.

Brooke: Ai adus trei lămîi.
Gary: Ce vrea draga mea, primește; știi.
Brooke: Știu, dar voiam 12, dragul meu, 12.
Gary: De ce voiai 12 lămîi?
Brooke: Pentru că fac un aranjament central pe masă cu 12 lămîi.
Gary: Deci nu le va mînca nimeni, sînt doar lămîi de decor?
Brooke: Da, sînt doar lămîi de decor, de pus în centrul mesei. Mă bucur că ți se pare amuzant, dar nu pot umple o vază cu numai trei lămîi.

Brooke este supărată nu numai pentru că nu are numărul corespunzător de lămîi, ci şi pentru că Gary nu a ascultat-o cînd l-a rugat să aducă acasă douăsprezece lămîi, iar ea devine tot mai frustrată din cauză că el continuă să se uite la televizor pe parcursul conversaţiei lor, în loc să-i acorde atenţie ei.

Această scenă ridică o întrebare. De ce atît de puţini dintre noi sînt buni ascultători? Un răspuns ar fi că ne stau în cale cîteva obstacole care acţionează ca nişte bariere, împiedicîndu-ne să ascultăm bine. În această secţiune, vom analiza o serie de piedici care afectează ascultarea eficientă.

Zgomotul

Cîţi stimuli îşi dispută acum atenţia dumneavoastră? Cîţi stimuli diferiţi vă solicită atenţia la locul de muncă, atunci cînd şeful, clienţii şi colegii de serviciu încearcă toţi să discute cu dumneavoastră concomitent? În contextul ascultării, *zgomotul* desemnează orice vă distrage atenţia de la a asculta ceea ce doriţi să ascultaţi.

Celor mai mulţi dintre noi ni se pare dificil să ascultăm un partener de conversaţie cînd în mediu există şi alte sunete, de exemplu, televizorul sau muzică ce se aude tare[27]. Totuşi,

nu doar sunetele ne pot distrage. Dacă sînteţi flămînd, obosit sau vă aflaţi într-un mediu deosebit de rece sau de cald, şi aceste influenţe se pot califica drept zgomot, deoarece afectează capacitatea de a asculta eficient[28].

Cînd vă confruntaţi cu astfel de distrageri, încercaţi să vă concentraţi atenţia asupra partenerului de conversaţie şi ascultaţi atent ce spune acesta. Ca să reuşiţi acest lucru, trebuie să conştientizaţi zgomotele din mediu şi să identificaţi factorii care vă distrag atenţia de la conversaţie. Eliminarea sau ignorarea respectivelor surse de zgomot – de exemplu, închizînd radioul din maşină sau ignorînd telefonul mobil care sună – vă va ajuta să vă concentraţi asupra partenerului. Dacă sînteţi distras de zgomote pe care nu le puteţi ignora sau diminua în momentul respectiv, vă puteţi reprograma conversaţia pentru un moment în care mai puţini stimuli concurează pentru atenţia dumneavoastră.

Subiect de discuţie: Auzirea altor sunete nu limitează întotdeauna capacitatea de ascultare. De exemplu, mulţi oameni consideră muzica din fundal stimulantă pentru conversaţie. În astfel de cazuri, deşi muzica este un sunet, nu reprezintă zgomot, deoarece nu distrage atenţia.

Etica în prim-plan: În opinia unora, pseudoascultarea este un tip de înşelare, deoarece creează în mod deliberat falsa impresie că ascultăm. Alţii ar considera-o un comportament politicos, precum afirmaţia „Mă bucur să vă cunosc", deşi este sinceră. Ce părere au studenţii dumneavoastră?

Pseudoascultarea şi atenţia selectivă

La un moment dat, probabil că v-aţi prefăcut că acordaţi atenţie cuiva, dar de fapt nu ascultaţi. Acest comportament se numeşte **pseudoascultare**. Cînd apelaţi la pseudoascultare, folosiţi comportamente de feedback care dau impresia că sînteţi atent, dar de fapt vă gîndiţi la altceva.

O variaţie a pseudoascultării este **atenţia selectivă**, care implică a asculta doar ceea ce vreţi să auziţi, ignorînd orice altceva[29]. Cînd adoptaţi comportamentul de ascultare selectivă, ascultaţi unele părţi din mesajul unei persoane, iar restul mesajului îl trataţi cu pseudoatenţie. De exemplu, lucrînd în domeniul asigurărilor, Sue Ann primeşte în fiecare ianuarie o evaluare făcută de şeful ei. De obicei, majoritatea comentariilor sînt pozitive, dar unele dintre ele sugerează modalităţi în care Sue Ann şi-ar putea îmbunătăţi performanţele. Problema este că Sue Ann nu ascultă aceste sugestii, ci practică ascultarea selectivă, fiind foarte atentă doar la laudele şefului şi doar prefăcîndu-se că ascultă şi criticile.

➲ pseudoascultare Folosirea comportamentelor de tip feedback pentru a crea falsa impresie că ascultăm.

➲ atenţie selectivă A asculta doar ceea ce dorim să auzim.

Pseudoascultarea şi atenţia selectivă survin din multe motive. Poate că v-aţi plictisit de ceea ce spune vorbitorul, dar nu vreţi să păreţi nepoliticos. Poate nu înţelegeţi ce auziţi, dar sînteţi prea jenat ca să recunoaşteţi. Poate că sînteţi atenţi la altceva în timp ce vă vorbeşte o persoană sau poate pur şi simplu nu vă place ce spune aceasta. Indiferent de motiv, pseudoascultarea şi atenţia selectivă nu sînt doar piedici în calea ascultării eficiente, ci pot constitui şi o sursă de frustrare pentru vorbitorul pe care vă prefaceţi că-l ascultaţi. Această frustrare survine din cauză că oamenii conştientizează adesea faptul că alţii nu ascultă ce spun ei. Cum vă simţiţi cînd ştiţi că cineva doar se preface că vă ascultă sau este doar parţial atent la ceea ce spuneţi?

Supraîncărcarea informaţională

Al treilea obstacol în calea ascultării eficiente este **supraîncărcarea informaţională**, starea de a fi suprasolicitat din cauza cantităţii uriaşe de informaţii pe care sîntem nevoiţi să o receptăm în fiecare zi. Stăm de vorbă cu oameni, ne uităm la televizor, facem căutări pe Internet şi răsfoim tot felul de materiale tipărite. Uneori, însăşi cantitatea de informaţii pe care trebuie să o receptăm poate părea copleşitoare. Cînd se întîmplă acest lucru, ne este greu să ascultăm eficient informaţii noi.

➲ supraîncărcare informaţională Starea de a fi depăşit de cantitatea de informaţii receptate.

Subiect de discuţie: Cuvîntul *supraîncărcare* implică o limită a informaţiilor pe care le poate gestiona o persoană. Întrebaţi-vă studenţii dacă se simt suprasolicitaţi din cauza prea multor informaţii sau dacă le place să aibă la dispoziţie o cantitate mare de informaţii.

Subiect de discuţie: Cantitatea de informaţii digitale disponibile zilnic pe Internet constituie mai mult decît un zetabit, adică 1 urmat de 21 de zerouri.

Supraîncărcarea informaţională poate fi o provocare deosebită pentru copiii cu tulburare de hiperactivitate cu deficit de atenţie.

SURSELE ŞI EFECTELE SUPRAÎNCĂRCĂRII INFORMAŢIONALE. Drept un singur exemplu de supraîncărcare emoţională, gîndiţi-vă cîte mesaje publicitare vedeţi sau auziţi zilnic. Printre acestea se numără reclamele de la televizor, din ziare şi reviste, de pe panouri publicitare, de pe hainele oamenilor, din materialele venite prin poştă şi dinainte de difuzarea unui film la cinema. Puteţi primi reclame prin fax, le puteţi auzi la radio şi le găsiţi în inserturi din produse. Poate le vedeţi la benzinării, la bancomate, pe banere purtate de avioane şi pe abţibildurile pe care le dezlipiţi de pe fructe. De asemenea, puteţi recepta mesaje sub formă de e-mail de tip spam şi de tip anunţuri pop-up de pe Internet. Cercetătorii au estimat că, în medie, americanii sînt expuşi zilnic unui număr cuprins între 600 şi 625 de reclame[30].

Aţi putea trage concluzia că supraîncărcarea informaţională este o consecinţă a epocii digitale, care a făcut disponibile cantităţi uriaşe de informaţii. De fapt, sintagma *supraîncărcare informaţională* a fost inventată în 1970 de sociologul Alvin Toffler în cartea *Şocul viitorului*, în care analiza dezavantajele schimbărilor tehnologice rapide[31]. Evident, pe atunci oamenii resimţeau efectele perturbatoare ale supraîncărcării informaţionale, chiar înainte de folosirea pe scară largă a comunicării mediate de calculator. Problema este pur şi simplu amplificată în era digitală, după cum reiese din caseta „Conectaţi-vă".

Una dintre cele mai mari probleme datorate supraîncărcării informaţionale este faptul că aceasta poate determina întreruperea atenţiei. De exemplu, dacă scrieţi un e-mail unui client important, capacitatea dumneavoastră de a acorda atenţie mesajelor acestuia poate fi afectată în mod repetat de fiecare reclamă radio pe care o auziţi, de fiecare anunţ prin fax pe care îl primiţi şi de fiecare reclamă de tip pop-up pe care o vedeţi. Aceste întreruperi pot părea mici şi nesemnificative, dar dacă le analizăm impactul asupra întregii populaţii, în timp, sesizăm că reprezintă o perturbare semnificativă. De fapt, o analiză efectuată în 2007 de o firmă de cercetare în domeniul managementului, avînd sediul la New York, a estimat pierderile anuale ale companiilor din SUA datorate întreruperilor inutile generate de supraîncărcări informaţionale la suma uluitoare de 650 de miliarde de dolari[32].

Supraîncărcarea informaţională poate fi extrem de deranjată pentru persoanele cu *tulburare de hiperactivitate cu deficit de atenţie* sau ADHD. Persoanele cu ADHD se lasă adesea distrase cu uşurinţă şi le este greu să-şi concentreze atenţia perioade îndelungate. Deseori sînt şi hiperactive şi agitate[33]. Tulburarea de hiperactivitate cu deficit de atenţie este o tulburare de dezvoltare ale cărei simptome apar de obicei în copilărie. Majoritatea copiilor diagnosticaţi cu tulburare de hiperactivitate cu deficit de atenţie continuă să o manifeste şi ca adulţi[34]. Din cauză că le este afectată capacitatea de a se concentra şi au tendinţa de a se lăsa distraşi cu uşurinţă, acestor persoane le poate fi foarte dificil să facă faţă volumului de informaţii pe care majoritatea le întîlnim zi de zi.

Conect@ţi-vă

GESTIONAREA EXCEDENTULUI DE INFORMAŢII ONLINE

Prin Facebook, Twitter, e-mail şi telefon mobil, a ţine legătura cu persoanele din viaţa dumneavoastră pare o slujbă separată cu program normal. Doar mesajele text pot părea copleşitoare: în medie, un adult american primeşte şi trimite aproximativ 1.200 de mesaje anual. Aţi aflat în acest capitol că supraîncărcarea cu informaţii vă afectează capacitatea de a asculta eficient conversaţii faţă în faţă. Specialiştii au descoperit că acelaşi efect survine şi în cazul comunicării mediate electronic.

Cînd sînteţi asaltaţi cu mesaje text, postări, mesaje vocale şi tweeturi, experimentaţi ceea ce specialiştii numesc *excedent conversaţional*, care vă diminuează capacitatea de a asculta eficient mesajele respective. Pentru a înţelege cum anume excedentul conversaţional afectează comunicarea online, un grup de cercetători au analizat 2,6 milioane de postări din newsgroupuri şi au descoperit că:

- *Oamenii tind să acorde atenţie – şi să răspundă – mesajelor simple, mai degrabă decît celor complexe.* A fi atent la un mesaj necesită energie cognitivă şi fiecare persoană are o cantitate disponibilă limitată. Cînd atenţia le este deja suprasolicitată, oamenii reacţionează la mesaje simple şi directe.
- *Cînd oamenii se simt suprasolicitaţi, încheie sau diminuează comunicarea.* Oamenii manifestă suprasolicitarea cînd energia necesară îndeplinirii sarcinilor comunicaţionale depăşeşte ceea ce sînt dispuşi sau capabili să investească. În aceste situaţii, o strategie foarte comună este diminuarea numărului de mesaje primite, de exemplu, retragerea dintr-un newsgroup sau închiderea contului Facebook.

Aptitudinile optime de ascultare sînt importante în comunicarea mediată electronic, ca şi în comunicările faţă în faţă. Cu cît puteţi evita mai bine obstacolele în calea ascultării eficiente – inclusiv supraîncărcarea cu informaţii şi excesul conversaţional –, cu atît veţi reuşi să comunicaţi mai bine interpersonal.

Surse: Lenhart. A. (2010, septembrie). *Cell phones and American adults*. Washington, DC: Pew Research Center; Jones. Q., Ravid, G., Rafaeli. S. (2004). Information overload and the message dynamics of online interaction spaces: A theoretical model and empirical exploration. *Information Systems Research*, 15, pp. 194-210.

EVITAREA SUPRAÎNCĂRCĂRII CU INFORMAŢII DIN SURSE MEDIATE DE CALCULATOR ŞI DIN ALTE SURSE. Există o serie de strategii pentru a diminua efectele supărătoare ale excesului de informaţii. De exemplu, în timpul întîlnirilor şi conversaţiilor importante, închideţi-vă pagerul, telefonul mobil sau PDA-ul, ca să nu vă distragă atenţia apelurile, mesajele sau e-mailurile. Setaţi filtre la sistemul e-mail, pentru a diminua numărul de mesaje spam şi folosiţi un pop-up blocker, pentru a micşora numărul reclamelor de tip pop-up, cînd sînteţi online. Contactaţi asociaţia Direct Marketing Association, ca să vă fie eliminată adresa din listele pe care ajung junk-mailuri. Folosiţi un DVR (digital video recorder) pentru a vă înregistra emisiunile preferate, ca să le puteţi urmări cînd doriţi şi să evitaţi reclamele. Folosirea unor astfel de strategii vă va ajuta să diminuaţi distragerea atenţiei cauzată de excedentul de informaţii şi vă va permite să vă concentraţi atenţia asupra unor lucruri mai importante, printre care partenerii de conversaţie.

Reveria

Un al patrulea motiv pentru care ascultarea eficientă pune probleme este faptul că minţile noastre gîndesc cu mult mai repede decît vorbesc majoritatea persoanelor. Cei mai mulţi dintre noi sîntem capabili să înţelegem pînă la 600 de cuvinte pe minut, dar oamenii rostesc în medie mai puţin de 150 de cuvinte pe minut[35]. Astfel, mintea are destul timp liber pentru alte gînduri. Folosim frecvent acest timp pentru a ne implica în ceea ce cercetătorii numesc **reverie** sau visarea cu ochii deschişi, în timpul în care nu ascultăm cu adevărat.

➲ **reverie** Visare cu ochii deschişi, în timpul în care nu ascultăm.

De exemplu, Rochelle îşi ia de la şcoală fiica de 6 ani şi fiul de 9 ani în fiecare zi, iar în timp ce merg acasă cu maşina aceştia descriu ce au făcut. Deşi ascultă ceea ce spun ei, Rochelle se gîndeşte adesea la altceva în acest interval. Se gîndeşte la romanul pe care îl citeşte, visează să meargă în vacanţă în Caraibe şi meditează la lista de cumpărături pentru săptămîna următoare. Deoarece copiii ei vorbesc mai lent decît poate ea asculta şi din cauză că relatările lor privind activităţile şcolare sînt asemănătoare în fiecare zi, Rochelle se pierde adesea în reverii în timp ce îi ascultă.

Reveria diferă de pseudoascultare sau de a ne preface pur şi simplu că ascultăm. Cînd alunecăm în reverie, de fapt *chiar* ascultăm ceea ce spune vorbitorul – doar că îi permitem

minţii să hălăduiască nestingherită. concomitent. Reveria poate cauza cel puţin trei probleme. În primul rînd, vă poate face să nu sesizaţi detalii importante privind ceea ce auziţi. Dacă alunecaţi în reverie în timp ce ascultaţi un curs de teoria comunicării, de exemplu, s-ar putea să nu auziţi o informaţie importantă despre referatul semestrial pe care va trebui să-l predaţi. În al doilea rînd, reveria vă poate determina să ascultaţi într-un mod mai puţin critic decît aţi face-o de obicei. De exemplu, dacă vă gîndiţi la altceva în timp ce ascultaţi un vînzător descriind condiţiile de leasing pentru o maşină, este posibil să nu vă daţi seama că nu este o afacere la fel de bună precum pare. În cele din urmă, reveria îi poate crea unui vorbitor impresia că nu ascultaţi ceea ce spune, deşi de fapt îl ascultaţi. În consecinţă, puteţi da senzaţia că sînteţi neatent sau nepăsător. Un ascultător atent se străduieşte să se concentreze asupra a ceea ce spune vorbitorul, în loc să viseze cu ochii deschişi sau să se gîndească la alte subiecte.

Subiect de discuţie: Întrebaţi-vă studenţii cînd sînt cel mai dispuşi la reverie. Probabil că mulţi vă vor spune că alunecă în reverii cîndceea ce spune vorbitorul li se pare plictisitor sau ininteligibil.

Tendinţa de respingere

Regan a început de curînd să lucreze ca reprezentant în domeniul servicii clienţi, la o firmă de electronice, dar în primele sale două săptămîni de serviciu nu s-a descurcat bine. Ştie că ar trebui să asculte în mod obiectiv clienţii care îşi descriu frustrările legate de produsele cumpărate, iar apoi să le ofere sprijin şi sfaturi. În schimb, Regan începe să-i contrazică pe clienţi în minte în timp ce aceştia încă mai vorbesc. În loc să le asculte atent îngrijorările, Regan trage concluzii pripite despre ceea ce au făcut greşit clienţii şi îşi formulează răspunsul chiar înainte ca aceştia să termine de vorbit.

Regan dă curs unei **tendinţe de respingere**, adică înclinaţia de a contesta punctul de vedere al unui vorbitor şi de a formula replica în timp ce persoana respectivă continuă să vorbească*. Conform studiilor efectuate de profesorul de economie Steven Golen, doar gîndul la cum anume îi vom răspunde unui vorbitor, contrazicerea acestuia în minte şi ajungerea la concluzii pripite înainte ca vorbitorul să fi terminat de vorbit împiedică ascultarea eficientă, din două motive esenţiale[37]. În primul rînd, tendinţa de respingere consumă energie mintală care ar trebui să fie folosită pentru a-i acorda atenţie vorbitorului. Cu alte cuvinte, este dificil să asculţi eficient cînd te gîndeşti doar la replica pe care o vei da. În al doilea rînd, neacordînd atenţie vorbitorului, ascultătorul poate rata cu uşurinţă unele detalii care ar putea schimba felul în care ascultătorul reacţionează în primul rînd.

⊃tendinţă de respingere Tendinţa de a contesta punctul de vedere al unui vorbitor şi de a formula o replică în timp ce persoana respectivă încă mai vorbeşte.

Pentru a înţelege a doua consecinţă, vom analiza experienţa lui Regan în timpul celei de-a doua zile de serviciu. Un client a adus un router wireless la instalarea căruia a întîmpinat dificultăţi. Ca de obicei, Regan a concluzionat rapid că acesta nu respectase instrucţiunile şi îşi formula răspunsul în timp ce clientul continua să vorbească. În consecinţă, nu l-a auzit spunînd că un tehnician îi prezentase deja procesul instalării şi îl informase că routerul era defect. Dacă ar fi auzit acest detaliu important, Regan ar fi schimbat produsul rapid, iar clientul ar fi putut pleca. În schimb, el a pierdut 10 minute explicîndu-i cum să facă ceea ce făcuse deja, cauzîndu-i frustrare şi nemulţumire.

În viaţa de zi cu zi: Mulţi dintre noi contrazicem unii vorbitori în minte, mai ales cînd nu sîntem de acord cu mesajul lor. Această tendinţă ne limitează capacitatea de a asculta eficient, dar nu înseamnă neapărat că manifestăm tendinţa de respingere. Tendinţa de respingere constituie mai degrabă o trăsătură care ne determină să manifestăm acest comportament într-un mod destul de regulat.

Obtuzitatea

Un alt obstacol în calea ascultării eficiente este **obtuzitatea**, tendința de a nu asculta nimic din lucrurile cu care nu sîntem de acord[38]. Oamenii obtuzi refuză să recunoască meritele punctului de vedere al unui vorbitor, dacă acesta le contrazice propriile convingeri. De asemenea, tind să reacționeze în mod exagerat la anumite forme de limbaj, ca, de exemplu, argoul sau limbajul ofensator și să înceteze să mai asculte vorbitorii care le folosesc[39].

obtuzitate Tendința de a nu asculta nimic din lucrurile cu care nu sîntem de acord.

Multe persoane sînt obtuze doar în privința anumitor subiecte, nu în privința tuturor. De exemplu, în calitate de profesor, Bella se mîndrește cu faptul că este deschisă mai multor opinii cu privire la diverse subiecte. Totuși, sub aspectul credințelor religioase, este atît de convinsă de meritele poziției sale încît refuză chiar să și asculte orice idei religioase pe care nu le acceptă deja. În toate modurile practice, mintea ei nu acceptă posibilitatea ca oricare dintre ideile religioase, în afară de a ei proprie, ar putea avea vreo valoare. Mulți colegi profesori consideră că Bella se izolează prin obtuzitatea ei. În plus, aceasta o împiedică nu doar să afle mai multe despre tradițiile religioase ale altora, ci și să-i învețe pe alții despre credința ei, din cauză că ea nu discută despre religie cu nici o persoană care nu îi împărtășește deja convingerile.

Subiect de discuție: Oamenii se acuză adesea unii pe alții de obtuzitate pur și simplu pentru că nu sînt de acord cu ceea ce se spune. A avea o opinie diferită cu privire la un lucru nu înseamnă că o persoană dă dovadă de obtuzitate, totuși; obtuzitatea înseamnă mai degrabă a refuza chiar și a asculta ceva cu care nu sîntem de acord.

Bella ar trebui să-și amintească faptul că putem asculta eficient alte persoane, deși nu sîntem de acord cu ele. După cum scria cîndva filosoful grec Aristotel (384-322 î.Hr.), „O minte educată se deosebește prin faptul că poate avea un gînd fără să îl accepte". Cînd refuzăm chiar și să ascultăm idei cu care nu sîntem de acord, ne limităm posibilitatea de a învăța de la alți oameni și din experiențele lor. Dacă sesizați că dați dovadă de obtuzitate față de anumite idei, amintiți-vă că a asculta o idee nu înseamnă neapărat a o accepta.

Întreruperea competitivă

Conversația normală constituie o serie de replici spuse pe rînd. Vorbiți o vreme, apoi îi permiteți altei persoane să-i vină rîndul, iar conversația decurge astfel. Uneori însă oamenii vorbesc atunci cînd nu este rîndul lor. Ei întrerup din multe motive. Uneori, motivul este exprimarea sprijinului sau a entuziasmului față de ceea ce spune cealaltă persoană („Da, de acord!"), alteori pentru a-i cere vorbitorului să se oprească pentru a da lămuriri („Stai, nu sînt sigur că înțeleg ce vrei să spui"), iar uneori pentru a avertiza vorbitorul cu privire la vreun pericol iminent („Stai! Îți verși cafeaua!").

întreruperea competitivă Folosirea întreruperilor pentru a prelua controlul asupra unei conversații.

Totuși, pentru unii oameni, întreruperile constituie o modalitate de a domina o conversație. Cercetătorii folosesc sintagma **întrerupere competitivă** pentru a descrie practica interpunerii atunci cînd vorbesc alte persoane, cu scopul de a prelua controlul asupra conversației. Scopul celor care practică întreruperea competitivă este să se asigure că ajung să vorbească mai mult decît cealaltă persoană și că ideile și perspectivele lor au prioritate. Probabil vă puteți gîndi la persoane care practică acest comportament – cei cu care aveți impresia că „nu puteți strecura o vorbă" cînd discutați cu ei.

În afara sălii de curs: Întreruperea este un comportament conversațional atît de obișnuit, încît studenții îl întîlnesc probabil zilnic. Timp de două-trei zile, rugați-i pe studenți să țină un jurnal în care să descrie momentele zilei în care ei înșiși sînt întrerupți în timp ce vorbesc. Ei pot nota cine a comis întreruperea, ce scop consideră că a avut înreruperea și cum s-au simțit cînd au fost întrerupți. Acest exercițiu îi poate face pe studenți mai atenți la întreruperea altora.

Studiile relevă faptul că majoritatea întreruperilor nu au rol competitiv. Cu toate acestea, discuțiile cu o persoană

care practică întreruperile competitive pot fi frustrante[40]. Unii oameni reacționează la întreruperile constante devenind ei înșiși competitivi, transformînd astfel conversația într-o dispută a minților, alții se retrag din interacțiune.

În secțiunea „Pe scurt" sînt prezentate succint obstacolele în calea ascultării eficiente. Fiecare dintre aceste piedici poate fi depășită. Prin exersare și practică, majoritatea ne putem îmbunătăți capacitatea de a asculta bine.

PE SCURT • OBSTACOLE ÎN CALEA ASCULTĂRII EFICIENTE

Zgomotul • Orice vă împiedică să ascultați ceea ce ascultați
Pseudoascultarea • Folosirea comportamentelor de feedback pentru a crea falsa impresie că ascultați
Atenția selectivă • A asculta doar ideile pe care vreți să le auziți, ignorîndu-le pe toate celelalte
Supraîncărcare informațională • Starea de a fi depășit de cantitatea imensă de informații pe care trebuie să o receptați zilnic
Reverie • A visa cu ochii deschiși, cînd nu vorbiți sau nu ascultați în timpul unei conversații
Tendință de respingere • Înclinația de a contrazice în gînd un vorbitor și de a formula prematur concluziile și răspunsurile
Obtuzitate • Refuzul chiar și de a asculta idei sau puncte de vedere cu care nu sînteți de acord
Întreruperea competitivă • Întreruperea altor persoane pentru a dobîndi controlul asupra unei conversații

ÎNVĂȚAȚI Ce anume constituie zgomotul? Ce fac oamenii cînd adoptă comportamentul de pseudoascultare? Cum afectează supraîncărcarea informațională capacitatea de ascultare? Ce înseamnă a aluneca în reverie? Cînd oamenii manifestă o tendință de respingere, ce înclină să facă atunci cînd ascultă pe cineva? Ce înseamnă a da dovadă de obtuzitate? Cînd anume întreruperile au rol competitiv?

APLICAȚI Timp de o săptămînă, țineți un jurnal cu momentele în care ați simțit că oamenii nu v-au ascultat în mod eficient. Pentru fiecare situație, încercați să identificați obstacolele în calea ascultării eficiente. La sfîrșitul săptămînii, recitiți-vă notițele și reflectați asupra momentelor în care aceleași obstacole v-au afectat propria capacitate de ascultare. Evaluați cum ați putea evita pe viitor aceste piedici în calea ascultării eficiente.

REFLECTAȚI În ce mod observați supraîncărcarea informațională în propria dumneavoastră existență?

4. Cum să deveniți un ascultător mai bun

În acest capitol am analizat o serie de exemple de ascultare ineficientă. În filmul *The Break-Up* (*Despărțiți, dar împreună*), Gary nu a ascultat-o pe Brooke cînd aceasta a spus că are nevoie de o duzină de lămîi. Regan nu ascultă în mod eficient plîngerile consumatorilor, iar Rochelle alunecă în reverie cînd își ascultă copiii povestind cum a fost ziua lor la școală. Evident, ascultarea eficientă poate constitui o provocare. Din fericire, este o aptitudine care poate fi cultivată prin educație și exersare. Autoarea Mary Lou Casey scria cîndva că „oamenii au nevoie să fie ascultați cum se cuvine", iar sentimentul ei sugerează că putem face mult bine în relațiile noastre interpersonale dacă ne perfecționăm capacitățile de ascultare. În această secțiune vom analiza strategiile pe care le puteți folosi pentru a vă îmbunătăți aptitudinile de ascultare informațională, critică și empatică.

Perfecţionarea capacităţii de ascultare informaţională

Cînd efectuaţi ascultarea informaţională, scopul dumneavoastră este să înţelegeţi şi să învăţaţi din mesajul vorbitorului. De exemplu, urmăriţi o prezentare despre cum să faceţi economii pentru perioada pensionării sau îl ascultaţi pe directorul executiv vorbind despre o fuziune pe care firma dumneavoastră tocmai a efectuat-o.

Despre materiale media: Prezentaţi-le studenţilor înregistrări video cu reclame, talk-show-uri de televiziune sau scene din filme şi apoi cereţi-le să-şi amintească ce se spunea în acestea. Analizaţi în ce măsură amintirile studenţilor reflectă ceea ce s-a spus şi în ce măsură reflectă contribuţia minţii sau a amintirilor studenţilor.

DELIMITAŢI CEEA CE SE SPUNE DE CEEA CE NU SE SPUNE. O strategie esenţială de a vă îmbunătăţi capacităţile de ascultare informaţională constă în evitarea tendinţei de a „auzi" cuvinte sau afirmaţii care de fapt nu sînt rostite. Gîndiţi-vă la ultima reclamă la un analgezic pe care aţi văzut-o la televizor, de exemplu. O tactică comună a companiilor este să afirme că „nimic nu este mai eficient" decît produsul lor. Ce aflaţi cînd auziţi această afirmaţie? Cu alte cuvinte, cum aţi parafraza-o?

Compania care îşi face reclamă speră că veţi afla că analgezicul produs de ea este cel mai puternic disponibil... dar nu a afirmat chiar acest lucru, nu-i aşa? A afirmat doar că nimic nu este *mai* eficient, ceea ce înseamnă că ar putea exista cîteva alte produse care să fie *la fel de* eficiente ca al lor. De asemenea, ar mai putea însemna că toate produsele sînt la fel de ineficiente! Dacă aţi ascultat reclama respectivă şi aţi tras concluzia că acest produs este cel mai eficient disponibil, aţi tras singur această concluzie (deşi, evident, era concluzia pe care compania care îşi face publicitate a vrut să v-o inducă). Atunci cînd sînteţi implicat în ascultarea informaţională, aveţi grijă să faceţi diferenţa între ceea ce se spune cu adevărat şi ceea ce doar deduceţi.

Poate că modalitatea cea mai eficientă de a stabili dacă aţi înţeles mesajul unui vorbitor este să îl parafrazaţi – să reformulaţi mesajul vorbitorului cu propriile dumneavoastră cuvinte, pentru a clarifica semnificaţia mesajului. Dacă parafrazaţi o afirmaţie astfel încît să-i reflectaţi în mod just înţelesul, vorbitorii tind să vă răspundă printr-o confirmare a faptului că i-aţi înţeles.

Să presupunem că, plecînd de la cinema după ce aţi văzut un film, aveţi următorul dialog cu colegul dumneavoastră de cameră Chad:

Chad: Ar trebui să trecem pe la localul acela cu barbecue înainte să mergem acasă.
Dumneavoastră: Vrei să iei ceva pentru cină?
Chad: Da, mor de foame.

Credeţi că Chad vrea să spună că îi este foame şi vrea să ia mîncare, dar de fapt el nu a spus asta. Pentru a verifica dacă aţi înţeles, îi parafrazaţi afirmaţia, prin urmare, reformulînd-o cu propriile dumneavoastră cuvinte. Deoarece aţi înţeles corect afirmaţia lui Chad, el vă răspunde confirmîndu-vă interpretarea.

Invers, dacă parafrazaţi o afirmaţie astfel încît îi modificaţi înţelesul, de obicei vorbitorul vă va corecta neînţelegerea. Să presupunem că schimbul de replici cu Chad decurge în felul următor:

Chad: Ar trebui să trecem pe la localul acela cu barbecue, în drum spre casă.
Dumneavoastră: Vrei să iei ceva pentru cină?
Chad: Nu, vreau să văd dacă prietenul meu Blake lucrează în seara asta.

În această a doua situaţie, interpretarea conferită de dumneavoastră afirmaţiei lui Chad a fost incorectă. Parafrazîndu-i afirmaţia, l-aţi invitat să vă corecteze modul de a înţelege – ceea ce a şi făcut. Parafrazarea este una dintre cele mai eficiente modalităţi de a determina dacă aţi făcut corect distincţia între ceea ce a spus un vorbitor şi ceea ce nu a spus.

EVITAŢI BIASUL CONFIRMĂRII. **Biasul confirmării** este tendinţa de a acorda atenţie doar informaţiilor care vin în sprijinul valorilor şi convingerilor proprii, ignorînd sau respingînd informaţiile care nu le confirmă[41]. Devine o problemă pentru ascultare atunci cînd ne determină să luăm o decizie cu privire la un anumit lucru fără să ţinem cont de toate aspectele sale.

biasul confirmării Tendinţa de a acorda atenţie doar informaţiilor care vin în sprijinul valorilor şi convingerilor proprii, respingînd sau ignorînd informaţiile care nu le confirmă.

Să presupunem că prietenul dumneavoastră apropiat Tim are un conflict cu prietena lui, Molly. Tim vă spune ce lucruri negative a afirmat şi a făcut Molly şi, deoarece este prietenul dumneavoastră, aveţi tendinţa de a-i da dreptate. Prin urmare, cînd Molly vine să discute cu dumneavoastră despre situaţie, ignoraţi ce spune ea, deoarece aţi decis deja în minte că ea este vinovată.

În acest caz, sînteţi victima biasului confirmării. Pentru că aţi decis deja că Tim se comportă corect, veţi acorda atenţie doar informaţiilor care vă confirmă convingerea şi veţi ignora informaţiile care nu le confirmă. Persoanele care practică ascultarea informaţională eficientă conştientizează faptul că nu au întotdeauna convingeri juste. Prin urmare, o strategie de îmbunătăţire a aptitudinilor de ascultare informaţională este să vă întrebaţi dacă aţi ascultat toate aspectele unei chestiuni înainte de a trage o concluzie, sau dacă pur şi simplu evitaţi informaţiile care v-ar determina să vă îndoiţi de convingerile dumneavoastră.

ASCULTAŢI ACORDÎND ATENŢIE SUBSTANŢEI MAI MULT DECÎT STILULUI. Principiul psihologic numit **efectul vivacităţii** se referă la tendinţa evenimentelor dramatice, şocante, de a distorsiona percepţia realităţii[42]. De exemplu, urmărim ştirile despre prăbuşirea unui avion şi devenim anxioşi în privinţa zborului cu avionul, deşi probabilitatea de a muri într-un accident aviatic este de doar 1 la 8 milioane[43]. La două zile după masacrul din 1999 de la Liceul Columbine, 63% dintre americanii care au răspuns la un sondaj au considerat că un atac armat era probabil la şcoala propriului lor copil, deşi doar 10% dintre toate şcolile au raportat un incident cu violenţe într-un an[44].

efectul vivacităţii Tendinţa evenimentelor dramatice, şocante, de a distorsiona perspectiva asupra realităţii.

Acelaşi efect poate surveni şi în cazul situaţiilor interpersonale. De exemplu, dacă părinţii dumneavoastră au trecut printr-un divorţ traumatizant cînd eraţi copil, este posibil ca experienţa respectivă să vă fi convins că un mariaj are mai multe şanse să eşueze decît în realitate. Evenimentele dramatice sînt mai impresionante şi mai memorabile decît evenimentele obişnuite, deci le acordăm mai multă atenţie. Puteţi avea o problemă asemănătoare în timpul ascultării informaţionale, dacă vă concentraţi doar asupra celor mai impresionante aspecte. De exemplu, la cursuri, vă poate plăcea mai mult o expunere cu relatări dramatice şi prezentări impresionante în PowerPoint decît una „seacă". Nu înseamnă că prezentarea mai impresionantă conţine informaţii mai bune decît cea „seacă" sau că veţi învăţa mai multe din ea. La fel, vă pot plăcea mai mult cursurile cu profesori entuziaşti, cu simţul umorului, însă acest lucru nu înseamnă că veţi învăţa mai mult de la ei decît de la profesorii neimplicaţi şi serioşi.

Persoanele cu aptitudini deosebite privind ascultarea informaţională văd dincolo de elementele dramatice şi impresioniste şi se axează pe substanţa a ceea ce aud.

Prin urmare, a fi un bun ascultător, din perspectiva informaţională, înseamnă a fi capabil să ignoraţi aspectele dramatice şi să vă axaţi pe substanţa celor auzite. Acest proces începe prin conştientizarea efectului impresionist şi ţinînd minte că experienţele marcante vă pot distorsiona percepţiile. Data viitoare cînd veţi avea experienţa unui eveniment dramatic sau veţi asculta un vorbitor deosebit de carismatic, întrebaţi-vă dacă ascultaţi şi acordaţi atenţie informaţiilor juste sau sînteţi impresionat de dramatismul evenimentului sau de farmecul vorbitorului.

Perfecţionarea capacităţii de ascultare critică

Multe situaţii interpersonale necesită evaluarea credibilităţii celor auzite. Iată trei modalităţi prin care vă puteţi perfecţiona această abilitate.

FIŢI SCEPTIC. A da dovadă de abilitate în ascultarea critică începe prin a fi sceptic în privinţa a ceea ce auziţi. În pofida reputaţiei sale, **scepticismul** nu înseamnă a fi critic sau a găsi greşeli, ci mai degrabă a evalua dovezile care atestă un fapt. Reamintiţi-vă din prezentarea biasului de confirmare că oamenii acordă atenţie adesea doar dovezilor care le atestă convingerile deja existente. A fi sceptic înseamnă a lăsa deoparte prejudecăţile şi a fi dispus să vă lăsaţi convins de meritele unui argument şi de calitatea dovezilor. Un bun ascultător critic nu acceptă dovezile fără să gîndească, ci le pune sub semnul întrebării pentru a vedea dacă sînt valide[45].

scepticism Practica evaluării dovezilor care sprijină un fapt.

Subiect de discuţie: Reamintiţi-vă faptul că *scepticismul* este confundat adesea cu *cinismul*. Cinismul înseamnă a găsi greşeli; scepticismul presupune evaluarea meritelor şi a dovezilor care vin în sprijinul unui argument.

Să analizăm următorul exemplu. Colegul dumneavoastră de serviciu Fahid vă prezintă o iniţiativă de afacere. Vă relatează planul său şi vă cere să investiţi în el. Dacă nu aveţi aptitudini de ascultare critică, este posibil să luaţi o decizie pe baza sentimentelor dumneavoastră faţă de Fahid sau a entuziasmului pe care-l aveţi la gîndul de a cîştiga bani. În schimb, dacă vă pricepeţi la ascultarea critică, vă veţi ignora sentimentele şi vă veţi concentra asupra meritelor ideii lui Fahid. Are un plan solid de afaceri? Există o piaţă pentru produsul său? A prevăzut suficiente fonduri pentru reclamă? V-a explicat detaliat cum va folosi investiţia dumneavoastră? A fi un ascultător critic nu înseamnă a-i critica în mod automat planurile, ci a le evalua atent pentru a vedea dacă au logică.

EVALUAŢI CREDIBILITATEA VORBITORULUI. Pe lîngă analiza meritelor unei argumentaţii, un bun ascultător critic acordă atenţie credibilităţii vorbitorului. Credibilitatea arată cît de demn de încredere şi de convingător este cineva. Dacă toate celelalte aspecte sînt identice, puteţi presupune, în general, că informaţiile pe care le auziţi de la o sursă credibilă sînt mai demne de încredere decît informaţiile provenite de la o sursă lipsită de credibilitate.

Persoanele cu bune abilităţi de ascultare critică practică scepticismul, evaluînd meritele şi dovezile în sprijinul unui argument.

Un vorbitor poate să pară mai mult sau mai puţin credibil, pe baza unor calităţi. Una dintre acestea este expertiza. De exemplu, ni se pare mai logic să avem încredere în recomandările medicale ale unui doctor decît în cele ale unui sportiv profesionist, deoarece doctorul este expert în medicină, spre deosebire de sportiv. Concomitent, nu pare logic să avem încredere într-un medic în ceea ce priveşte recomandările de ordin legal sau financiar, deoarece acesta nu este expert în legislaţie sau în finanţe.

Subiect de discuţie: Este bine să repetaţi că afirmaţiile susţinute de surse subiective nu sînt neapărat inexacte. Faptul că cineva are un interes absolut ca o afirmaţie să fie adevărată nu înseamnă că respectiva afirmaţie este falsă, ci mai degrabă că un bun ascultător critic ar trebui să fie mai sceptic decît de obicei, cînd evaluează afirmaţia.

Este uşor de confundat *expertiza* cu *experienţa*. A avea experienţă într-un anumit domeniu îi poate conferi unei persoane credibilitate în respectivul domeniu sau subiect, dar nu îl face neapărat expert. De exemplu, după ce a crescut şase copii, Hannah este un părinte cu foarte multă experienţă deci are credibilitate, deoarece se poate baza pe numeroasele ei experienţe pentru a sfătui alte mame. Totuşi, Hannah nu este expertă în parenting, deoarece singura ei sursă de credibilitate o constituie experienţa ei individuală. De exemplu, nu a absolvit cursuri de dezvoltarea copilului, nici nu este o autoritate recunoscută în domeniul parentingului.

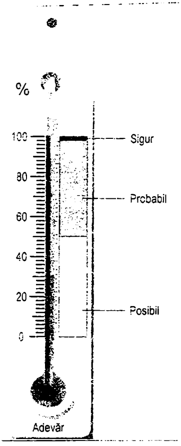


Figura 7.2. Posibilitate, probabilitate şi certitudine. O afirmaţie este posibilă dacă şansele ca ea să fie adevărată se situează între 1% şi 50%. Ea este *probabilă* dacă şansele să fie adevărate se situează între 51% şi 99%. Este *certă* doar dacă probabilitatea să fie adevărată este de 100%.

Cu toate acestea, oamenii pot fi experţi în subiecte referitor la care nu au nici o experienţă personală. În calitate de medic obstetrician şi ginecolog atestat, Tyrell este expert în sarcină şi naştere şi în sănătatea femeilor, deşi, fiind bărbat, nu are nici o experienţă directă în acest sens. La fel, Young Li este o consilieră remarcabilă specializată pe probleme matrimoniale, care a ajutat nenumărate cupluri, deşi ea însăşi nu a fost căsătorită niciodată. Cum poate un bărbat să fie un bun obstetrician, iar o persoană necăsătorită să fie un bun consilier specializat pe probleme matrimoniale? Răspunsul este că ei se bazează pe pregătire şi expertiză pentru a-i ajuta pe ceilalţi, nu pe experienţele personale.

O altă trăsătură care influenţează credibilitatea unui vorbitor este subiectivitatea. Dacă vorbitorul are un interes anume să vă facă să credeţi o idee sau o afirmaţie, acest fapt tinde să îi diminueze credibilitatea. Dacă directorul unei companii producătoare de ţigări ar susţine în mod public că fumatul este benefic pentru sănătate, de exemplu, un bun ascultător critic ar fi extrem de sceptic, deoarece directorul reprezintă o sursă părtinitoare.

Uneori trebuie să analizaţi profund, dincolo de suprafaţă, pentru a investiga sursa unei anumite idei, astfel încît să îi puteţi evalua în mod just credibilitatea. De exemplu, vă puteţi mira aflînd despre rezultatul unui studiu care susţine că folosirea telefonului mobil în timp ce şofaţi nu vă amplifică riscul de a avea un accident. Presupuneţi că studiul ar fi putut fi efectuat de o echipă de cercetători renumiţi, de la o universitate recunoscută, fapt care i-ar fi sporit credibilitatea. Totuşi, după ce vă informaţi, este posibil să descoperiţi că acel studiu a fost finanţat de un grup care face lobby pentru industria de telecomunicaţii. Avîndu-i în vedere obiectivul, un astfel de grup ar avea un interes contractual ca studiul să evidenţieze rezultate favorabile utilizării telefonului mobil. Faptul că un studiu este finanţat de un grup clar interesat de rezultate nu înseamnă neapărat că ajunge la concluzii greşite, dar arată că ar trebui să daţi dovadă de scepticism cînd le întîlniţi.

Înţelegeţi probabilităţile. Evaluarea meritelor unei afirmaţii înseamnă specularea cu privire la şansele ca aceasta să fie adevărată. Acest proces poate fi dificil, deoarece uneori confundăm posibilul cu probabilul şi probabilul cu certitudinea. Un eveniment sau un fapt este *posibil* dacă există cea mai mică şansă, oricît de minusculă, ca acesta să se adeverească. Pentru a fi *probabilă*, o afirmaţie trebuie să aibă şanse mai mari de 50% de a fi adevărată. O afirmaţie este *certă* doar dacă probabilitatea ca ea să fie adevărat este de 100%, nu mai puţin. În figura 7.2 este ilustrată relaţia dintre posibilitate, probabilitate şi certitudine.

Să analizăm afirmaţia „Pot supravieţui o lună fără apă". Există posibilitatea ca afirmaţia să fie adevărată, dar şansele sînt foarte mici. Cu siguranţă, afirmaţia nu este probabilă, iar un bun ascultător critic nu ar considera-o astfel. În schimb, afirmaţia „Mă voi căsători cîndva" nu este doar posibilă, ci şi probabilă, deoarece marea majoritate a oamenilor se căsătoresc cel puţin o dată. Acest fapt înseamnă deci că afirmaţia este certă? Răspunsul este nu, deoarece există şansa, oricît de mică, să nu se întîmple acest lucru. Pentru ca o afirmaţie să fie certă, trebuie să nu existe absolut nici o şansă ca ea să nu fie adevărată. O afirmaţie precum „Voi muri cîndva" este sigură, deoarece orice făptură vie moare în cele din urmă. Oamenii care se

pricep să asculte în mod critic înţeleg diferenţele dintre posibilitate. probabilitate şi certitudine. Ei ţin minte doar că, dacă o afirmaţie este posibilă, aceasta nu înseamnă că merită crezută.

Nu este întotdeauna uşor să stabilim şansele ca afirmaţiile pe care le auziţi să se adeverească. Să presupunem că Manuel îl vizitează pe unchiul său Alfredo, care a fost vegetarian cea mai mare parte a vieţii sale adulte. „Dacă mănînci carne roşie, în cele din urmă vei muri din cauza unei boli de inimă", îşi avertizează în permanenţă Alfredo nepoatele şi nepoţii.

Cum ar trebui să evalueze Manuel probabilitatea ca afirmaţia unchiului său să se adeverească? Iniţial, el ar trebui să stabilească dacă afirmaţia este posibilă. În acest caz, este adevărată, deoarece există posibilitatea ca oamenii care mănîncă carne roşie să moară de afecţiuni cardiace. Apoi, el ar trebui să se întrebe dacă afirmaţia este certă. În cazul de faţă, nu este, deoarece multe persoane care mănîncă carne roşie nu mor din cauza afecţiunilor cardiace. Prin urmare, Manuel ştie că şansele ca afirmaţia lui Alfredo să fie adevărată se situează între 1% şi 99%. Astfel, deşi nu poate accepta afirmaţia drept o certitudine. nici nu poate accepta că este imposibilă. Ar trebui să evalueze probabilitatea ca afirmaţia să fie adevărată. Pentru a stabili şansele ca ea să fie adevărată, trebuie să studieze asociaţia dintre afecţiunile cardiace şi consumul de carne roşie. Avînd aceste informaţii, poate aprecia dacă afirmaţia lui Alfredo este probabilă – adică mai degrabă adevărată decît falsă – sau improbabilă – adică mai adesea falsă decît adevărată.

Perfecţionarea capacităţii de ascultare empatică

În cadrul relaţiilor noastre, un scop comun al ascultării este să oferim empatie şi sprijin. A fi un bun ascultător empatic poate fi dificil uneori, dar nu este imposibil.

Ascultaţi fără să judecaţi. Cînd ascultăm pentru a învăţa şi îndeosebi cînd ascultăm cu scopul de a evalua, judecăm adesea informaţiile pe care le receptăm. Totuşi, ascultarea empatică optimă înseamnă a da dovadă de deschidere şi a nu judeca.

Două strategii sînt deosebit de utile. Prima constă în a asculta fără a întrerupe. A acorda sprijin şi a da dovadă de empatie înseamnă a lăsa cealaltă persoană să spună ceea ce trebuie să spună fără să o întrerupem. Rezistaţi tentaţiei de a vă implica rapid în conversaţie şi pur şi simplu ascultaţi. În al doilea rînd, nu oferiţi sfaturi dacă nu vă sînt solicitate. Cînd îi auziţi pe alţii spunîndu-vă problemele lor, aveţi tendinţa de a răspunde cu sfaturi privind rezolvarea problemelor respective[46]. Un bun ascultător empatic îşi va aminti că oamenii nu caută întotdeauna sfaturi – adesea vor doar să-i asculte cineva.

Recunoaşteţi sentimentele. Empatia implică a înţelege cum se simte altcineva şi a încerca să vă imaginaţi sentimentele respective. Nu este totuna cu compasiunea, care înseamnă mila faţă de o altă persoană. Prin urmare, o strategie importantă pentru o bună ascultare empatică este să recunoaşteţi sentimentele vorbitorului şi să-i permiteţi să continue să şi le exprime.

Realizăm acest lucru răspunzîndu-le vorbitorilor cu *afirmaţii continuatoare*, fraze care identifică emoţiile pe care le simte o persoană şi îi permit să le comunice în continuare. În schimb, este important să evităm *afirmaţiile finalizatoare*, care nu reuşesc să recunoască emoţiile vorbitorului şi prin urmare limitează şansa respectivei persoane de a şi le exprima. De exemplu, după ce ascultă un pacient exprimîndu-şi îngrijorările privind progresul bolii sale, medicii empatici pot folosi o afirmaţie continuatoare precum „Probabil că vă simţiţi extrem de nesigur" sau „Îmi imaginez cît de terifiant trebuie să fie", pentru a asigura pacientul că înţeleg şi îi recunosc sentimentele. Medicii cu capacităţi empatice mai reduse tind să folosească afirmaţii

Despre materiale media: Filmul *Dead Man Walking* (*Culoarul morţii*) include cîteva scene care descriu ascultarea empatică, aceasta putînd fi folosită pentru a ilustra recomandarea de a ţine cont de sentimente.

finalizatoare, ca, de exemplu, „Facem tot ce putem" şi „Trebuie doar să aveţi răbdare". Aceste tipuri de răspunsuri îi dau de înţeles pacientului că sentimentele sale sînt neimportante.

Într-un studiu recent, cercetătorii au analizat conversaţii dintre pacienţi cu cancer în stadii avansate şi oncologii lor[47]. Cu permisiunea subiecţilor, cercetătorii au înregistrat peste 400 de conversaţii dintre pacienţi şi oncologi şi au căutat momentele în care pacienţii îşi exprimau sentimente negative, precum tristeţea, teama şi anxietatea. Cînd acele momente au apărut, cercetătorii au descoperit că oncologii răspundeau prin afirmaţii continuatoare doar în 22% dintre cazuri. Medicii mai tineri aveau o tendinţă mai mare decît cei mai în vîrstă să folosească afirmaţii continuatoare, iar medicii femei erau înclinaţi să le folosească într-o măsură mai mare decît medicii bărbaţi. Aceste descoperiri nu înseamnă că oncologii nu dau dovadă de empatie; informaţiile obţinute arată mai degrabă că aceştia întîmpină dificultăţi privind comunicarea empatiei prin răspunsuri de ascultare care să reprezinte un sprijin emoţional. Astfel de răspunsuri sînt deosebit de importante pentru persoanele care se confruntă cu boli terminale.

În unele momente poate fi dificil să empatizăm cu alte persoane. De exemplu, dacă nu aţi pierdut niciodată un părinte, vă va fi foarte greu să înţelegeţi această experienţă. Cînd sînteţi într-o astfel de situaţie, încercaţi să rezistaţi impulsului de a-i spune vorbitorului „Ştiu cum te simţi". Dacă nu înţelegeţi cu adevărat experienţa vorbitorului, acesta ar putea considera afirmaţia dumneavoastră lipsită de respect sau nesinceră, chiar dacă aţi avut intenţia să vă exprimaţi sprijinul. În schimb, folosiţi-vă aptitudinile de ascultare ca să înţelegeţi cum se simte persoana respectivă. Citiţi caseta „Aveţi aptitudini?" ca să învăţaţi mai multe despre această aptitudine.

AVEŢI APTITUDINI?

ASCULTAREA EMPATICĂ ÎN CAZUL SUFERINŢEI

Fiţi ascultători empatici cînd cineva are nevoie

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să ascultaţi empatic atunci cînd altă persoană este în suferinţă.	Pentru a oferi sprijin unor persoane în momente dificile din existenţa lor, de exemplu, cînd pierd un părinte sau altă rudă apropiată, un prieten drag sau un animal la care ţineau.	1. Spuneţi-i persoanei respective că sînteţi dispus să o ascultaţi şi să o ajutaţi oricînd puteţi. 2. Permiteţi-i să-şi exprime sentimentele fără să o judecaţi. Nu există modalităţi corecte sau greşite de a suferi. 3. Evitaţi să-i spuneţi persoanei „Ştiu cum te simţi" dacă nu aţi suferit şi dumneavoastră o pierdere asemănătoare. 4. Încurajaţi-o să se îngrijească de necesităţile sale fizice sau de alt tip. 5. Ascultaţi cu atenţie şi nu minimalizaţi suferinţa persoanei printr-o afirmaţie de tipul „Trebuie să te ţii tare", care o poate face să-i fie ruşine de sentimentele ei.	1. Cînd o persoană pe care o cunoaşteţi pierde pe cineva drag, spuneţi-i că sînteţi gata să o ascultaţi, dacă vrea să vorbească. Permiteţi-i acesteia să decidă cînd este timpul să vorbească. 2. Găsiţi un loc liniştit, confortabil, în care să o ascultaţi şi minimalizaţi elementele perturbatoare. Nu răspundeţi la mesaje text sau la apeluri telefonice. Oferiţi-i persoanei respective întreaga dumneavoastră atenţie. 3. Dacă nu sînteţi sigur ce anume să spuneţi, amintiţi-vă că nu trebuie să spuneţi multe. Sarcina dumneavoastră este doar să îi permiteţi celeilalte persoane să vorbească.

ANALIZAŢI: ***În momente de suferinţă, de ce ne ajută să fim ascultaţi?***

COMUNICAȚI-VĂ SPRIJINUL ÎN MOD NONVERBAL. Unul dintre cele mai importante aspecte ale ascultării empatice optime constă în comunicarea nonverbală a sprijinului. Cînd ascultaţi, mai degrabă decît cînd vorbiţi, comportamentele dumneavoastră nonverbale vă dezvăluie interesul, înţelegerea şi empatia manifestate faţă de vorbitor.

Cel mai important comportament nonverbal în această situaţie este poate contactul vizual. Vorbitorii vă urmăresc adesea comportamentele privirii pentru a vedea dacă sînteţi atenţi la ceea ce spun. Dacă vă lăsaţi distras de mediu. este posibil să comunicaţi mesajul că nu ascultaţi cu adevărat. Alte comportamente importante sînt legate de folosirea expresiei faciale şi de atingere. Un zîmbet liniştitor şi o atingere blîndă îi poate determina pe ceilalţi să simtă că îi înţelegeţi, îi sprijiniţi şi empatizaţi cu ei[48].

ÎNVĂȚAȚI În ce constă efectul vivacităţii? Cînd ar trebui să vă îndoiţi de credibilitatea unei persoane? De ce este important să ascultaţi fără să judecaţi?

APLICAȚI Reclamele de la televizor oferă adesea posibilităţi ample de îmbunătăţire a aptitudinilor de ascultare critică. Vizionaţi reclame şi gîndiţi-vă la afirmaţiile pe care le susţin. Cît de credibile sînt sursele? Ce grad de probabilitate au afirmaţiile? Reclamele vă încurajează să faceţi deducţii care nu sînt sprijinite de dovezi? Dacă da, în ce mod? Notaţi ceea ce aţi aflat sub forma unui scurt raport.

REFLECTAȚI În ce situaţii ascultarea informaţională vi se pare dificilă? Cum vă daţi seama cine anume este un ascultător empatic deosebit de bun?

REȚINEȚI IDEILE DIN CAPITOL

1. Specificul ascultării (p. 241)
   - Ascultarea este procesul activ de deducere a semnificaţiilor mesajului vorbit al altei persoane.
   - Capacitatea de a asculta eficient este importantă pentru a avea succes într-o diversitate de contexte comunicaţionale.
   - Ascultarea este o aptitudine dobîndită care include mai mult decît simpla auzire.
   - Diferenţele culturale legate de cît de directă este comunicarea verbală influenţează aşteptările privind ascultarea.
2. Modalităţi de ascultare (p. 246)
   - Ascultarea eficientă are şase etape: auzirea, înţelegerea, amintirea, interpretarea, evaluarea şi răspunsul.
   - Oamenii efectuează ascultarea informaţională, ascultarea critică şi ascultarea empatică în contextele interpersonale.
3. Obstacole comune în calea ascultării eficiente (p. 252)
   - Zgomotul este orice vă distrage de la a asculta ceea ce doriţi să ascultaţi.
   - Pseudoascultarea foloseşte comportamente de feedback care creează impresia că sînteţi atent chiar şi atunci cînd nu sînteţi; atenţia selectivă înseamnă a asculta doar ceea ce vreţi să auziţi.
   - Supraîncărcarea informaţională se referă la starea de a fi copleşit de cantitatea mare de informaţii pe care fiecare dintre noi le receptăm zilnic.
   - Alunecarea în reverie înseamnă visatul cu ochii deschişi în momentele pe care nu le dedicaţi ascultării.
   - Tendinţa de respingere este tendinţa de a contesta punctul de vedere al unui vorbitor şi de a vă formula replica în timp ce persoana respectivă încă mai vorbeşte.
   - A da dovadă de obtuzitate înseamnă a nu reuşi să ascultaţi orice lucru cu care nu sînteţi de acord.
   - Unii oameni fac apel la întreruperea competitivă sau întreruperea cu scopul de a prelua controlul asupra unei conversaţii.

4. Cum să deveniți un ascultător mai bun (p. 266)
   - Perfecționarea capacităților de ascultare informațională presupune separarea a ceea ce s-a spus de ceea ce nu s-a spus, evitarea biasului confirmării și ascultarea pentru a descoperi substanța a ceea ce se spune.
   - Perfecționarea capacităților de ascultare critică înseamnă a da dovadă de scepticism, a evalua credibilitatea unui vorbitor și a înțelege probabilitățile.
   - Perfecționarea capacităților de ascultare empatică înseamnă a asculta fără a judeca, a recunoaște sentimentele celorlalți și a comunica sprijin în mod nonverbal.

TERMENI-CHEIE

ascultare (p. 241)
ascultare critică (p. 251)
ascultare empatică (p. 251)
ascultare informațională (p. 250)
ascultare selectivă (p. 253)
biasul confirmării (p. 260)
efectul vivacității (p. 260)
întrerupere competitivă (p. 257)
modelul HURIER (p. 246)
obtuzitate (p. 257)
pseudoascultare (p. 253)
reverie (p. 255)
scepticism (p. 261)
supraîncărcare informațională (p. 253)
tendință de respingere (p. 256)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. Ce înseamnă a asculta? Prin ce diferă ascultarea de auzire? În ce situații auziți pe cineva, fără să-l ascultați?
2. La ce tip de ascultare – informațională, critică, empatică – apelați cel mai frecvent? Care tip vă place cel mai mult? De ce?
3. Cînd vă dați seama că ați fost victima biasului confirmării? Ce puteți face pentru a preveni acest lucru?
4. Ce înseamnă a fi sceptic? Cum vă ajută scepticismul să deveniți un ascultător mai bun?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Care dintre următoarele trăsături *nu* face parte din definiția ascultării?
   a. Este un proces activ.
   b. Presupune crearea de semnificație.
   c. Se referă doar la mesajele vorbite.
   d. Survine în mod automat.
2. Folosirea expresiilor faciale și a unei afirmații verbale precum „Înțeleg" pentru a-i da de înțeles vorbitorului că îi acordați atenție constituie un exemplu de răspunsuri de ascultare numite:
   a. răspunsuri prin care analizăm;
   b. răspunsuri prin care empatizăm;
   c. răspunsuri prin care parafrazăm;
   d. răspunsuri de confirmare;
3. Atribuirea de semnificații lucrurilor pe care le auzim ilustrează următoarea etapă din modelul HURIER:
   a. auzire;
   b. amintire;
   c. interpretare;
   d. răspuns;
4. Tipul de ascultare care implică încercarea de a înțelege o situație din perspectiva vorbitorului este:
   a. ascultarea empatică;

b. ascultarea informativă;
c. ascultarea critică;
d. ascultarea persuasivă;

5. În clasă, Charyn nu-şi poate lua gîndul de la problemele ei de la serviciu. Totuşi, se preface că ascultă expunerea profesorului. Charyn se confruntă cu obstacolul care împiedică ascultarea eficientă cunoscut sub denumirea de:
a. supraîncărcare informaţională;
b. zgomot;
c. pseudoascultarea;
d. reverie;

Completaţi spaţiile goale

6. În ceea ce priveşte relaţia dintre a auzi şi a asculta, _____ este un proces pasiv, în timp ce _____ este un proces activ.
7. _____ survine atunci cînd cineva ascultă doar acea parte a mesajului pe care vrea să o audă şi ignoră restul.
8. _____ are loc atunci cînd evenimentele şocante şi dramatice distorsionează percepţia unei persoane asupra realităţii.
9. Prima etapă a ascultării eficiente, conform modelului HURIER, este _____.
10. _____ este tendinţa de a nu asculta nimic din lucrurile cu care nu sînteţi de acord.

Răspunsuri

Întrebări cu răspuns multiplu: 1 (d); 2 (d); 3 (c); 4 (a); 5 (c). Completaţi spaţiile goale: 6 (auzirea; ascultarea); 7 (atenţia selectivă); 8 (efectul vivacităţii); 9 (auzirea); 10 (obtuzitatea)

RESURSE

Filme

Dead Man Walking (*Culoarul morţii*, 1995, dramă, interzis minorilor)
Această dramă relatează povestea adevărată a surorii Helen Prejean, o călugăriţă catolică care s-a împrietenit cu criminalul condamnat la moarte Matthew Poncelet în săptămînile dinaintea execuţiei acestuia. Prin intermediul ascultării empatice, sora Helen Prejean îi aduce alinare lui Poncelet înainte de moarte şi ajută familia victimei să se împace cu pierderea suferită.

The Interpreter (*Traducătoarea*, dramă, 2005; nerecomandat copiilor sub 15 ani)
În acest thriller captivant, Nicole Kidman joacă rolul Silviei Broome, o interpretă care lucrează la sediul Organizaţiei Naţiunilor Unite din New York. Ea trebuie să asculte cu atenţie ceea ce spun vorbitorii şi să le traducă spusele într-o altă limbă, simultan. Aflîndu-se într-o seară în clădire după terminarea programului, aude fără să vrea o ameninţare la adresa unui lider străin, exprimată într-o limbă africană obscură pe care se întîmplă ca ea să o vorbească fluent. Încercările de a verifica şi de a proteja liderul de ameninţare depind foarte mult de credibilitatea aptitudinilor de ascultător ale lui Brooke.

Cărţi şi articole din periodice

urley-Allen, M. (1995). *Listening: The forgotten skill: A self-teaching guide*. New York: Wiley.
arrell, L.J., Wilmington, S.C. (1996). A comparison of self-report and performance data in assessing speaking and listening competence. *Communication Reports*, 9, pp. 185-191.
arris, R.M. (2006) *The listening leader: Powerful new strategies for becoming an influential communicator*. Westport, Connecticut: Greenwood.
olvin, A., Coakley, C. (1996). *Listening*. Dubuque, Iowa: Brown & Benchmark.

Site-uri

www.listen.org

Acest site este pagina principală a International Listening Association (Asociaţia Internaţională pentru Ascultare), o organizaţie profesională care promovează cercetarea şi studiul importanţei ascultării eficiente.

www.cnr.berkeley.edu/ucce50/ag-labor/7article/article40.html

Acest site, sponsorizat de University of California din Berkeley, se axează pe aptitudinile de ascultare şi pune la dispoziţie pentru download un atelier gratuit de o oră, pe tema ascultării empatice eficiente.

8

Emoția

COPLEŞIT DE EMOŢIE

Într-un episod din serialul de televiziune *Glee*, difuzat de canalul Fox, Kurt Hummel (interpretat de Chris Colfer) şedea lîngă patul tatălui său, Burt (interpretat de Mike O'Malley), care suferise de curînd un infarct şi era în comă. Kurt era copleşit de emoţii foarte diverse. Se simţea vinovat în legătură cu o ceartă pe care o avuseseră ultima oară cînd vorbiseră. Îi era teamă să nu-şi piardă tatăl şi era trist la gîndul de a trăi fără el. Era recunoscător pentru sprijinul prietenilor lui şi ruşinat din cauză că îi neglijase mai devreme. Cînd tatăl lui i-a strîns mîna, Kurt s-a simţit surprins, fericit şi a sperat din tot sufletul că Burt îşi va putea reveni. Intensitatea numeroaselor emoţii ale lui Kurt l-au ajutat să-şi dea seama cît de important este tatăl lui pentru el.

Emoţia are o forţă puternică. Atunci cînd simţim o emoţie puternică, de exemplu, o tristeţe profundă pentru că am pierdut o persoană iubită sau bucuria intensă de a ne reîntîlni cu cineva drag, putem avea impresia că emoţiile noastre ne mistuiesc. În unele privinţe, exact asta se întîmplă: emoţiile noastre sînt atît de conectate de corpul, mintea şi comportamentele noastre, încît ele practic ne copleşesc. Prin urmare, înţelegerea acestei forţe intense şi adesea misterioase ne poate ajuta să apreciem rolul enorm pe care îl joacă în ceea ce priveşte modurile în care relaţionăm cu alţii.

1. Emoția în comunicarea interpersonală

Foarte mult din ceea ce spunem, gîndim și facem este afectat de emoții ; cu toate acestea, rareori ne oprim să medităm la ceea ce înseamnă emoțiile. Ne dăm seama că emoțiile ne determină să ne simțim și să acționăm în anumite moduri, dar de ce ? În această secțiune, vom defini emoțiile și vom analiza care este legătura lor cu dispoziția. Vom analiza apoi forme specifice ale emoțiilor, care pot fi de bucurie și afectuoase, ostile sau triste și anxioase, ținînd cont de influențele lor asupra comunicării interpersonale.

În viața de zi cu zi: Deși studiile se axează adesea pe caracteristicile experiențelor emoționale intense, majoritatea emoțiilor resimțite în viața de zi cu zi sînt mai degrabă de intensitate redusă. Merită să menționați acest lucru, astfel încît studenții să realizeze importanța studierii emoțiilor cotidiene, nu doar a experiențelor emoționale intense.

Ce este emoția?

Subiect de discuție: Pe lîngă *dispoziție*, alți termeni folosiți adesea ca echivalenți pentru *emoție* sînt *sentiment* și *afect*. *Sentimentele* sînt experiențe foarte scurte de incitare, dintre care unele pot avea componente emoționale (de exemplu, iritarea pe termen scurt), iar unele nu (de exemplu, foamea). *Afectul* este un termen cu semnificații ample, care include conceptele de sentiment, emoție și dispoziție.

Emoția poate părea tipul de fenomen pe care nu îl putem defini cu adevărat, dar pe care, atunci cînd îl simțim, îl recunoaștem cu siguranță. Emoțiile pot fi experiențe intense, pot chiar să ne schimbe viața, dar ce fel de experiențe sînt ele, mai precis ? Conform cercetătorilor, o **emoție** este reacția pluridimensională a corpului la orice eveniment care amplifică sau inhibă obiectivele unei persoane[1]. De exemplu, simțiți anxietate înainte de un examen final, deoarece posibilitatea de a-l pica interferează cu obiectivul dumneavoastră de a-l trece. Dacă vă descurcați bine la examen, sînteți fericit, deoarece v-ați atins obiectivul ; dacă aveți un rezultat nesatisfăcător, vă enervați sau sînteți dezamăgit, deoarece obiectivul dumneavoastră a fost zădărnicit. Sînteți trist cînd vă moare un animal de companie drag, din cauză că obiectivul menținerii unei relații cu animalul respectiv a fost afectat. Elementar vorbind, emoția este modalitatea de a reacționa a minții și a corpului dumneavoastră, astfel încît atingerea obiectivelor vă face să vă simțiți bine, iar ratarea lor vă face să vă simțiți rău.

➲ **emoție** Reacție multidimensională a corpului la orice eveniment care amplifică sau inhibă scopurile unei persoane.

EMOȚIA DIFERĂ DE DISPOZIȚIE. Mulți oameni se referă la emoții ca la dispoziții (și viceversa), dar dispozițiile și emoțiile sînt experiențe diferite. Dacă o emoție este o reacție la un anumit eveniment (de exemplu, luarea unui examen sau moartea unui animal de companie), **dispoziția** este un sentiment care nu are o cauză anume, identificabilă[2]. S-ar putea să simțiți că aveți o dispoziție bună sau proastă fără un motiv evident. Dacă puteți identifica motivul pentru care vă simțiți bine sau vă simțiți prost, atunci probabil că simțiți o emoție, mai degrabă decît o dispoziție. De asemenea, dispozițiile sînt mai persistente, durează adesea zile sau săptămîni la rînd[3]. În schimb, majoritatea emoțiilor au o durată relativ scurtă.

➲ **dispoziție** Sentiment, adesea prelungit, care nu are nici o cauză identificabilă.

Emoțiile au diverse forme. Specialista în comunicare și experta în emoții Laura Guerrero a sugerat că putem înțelege multe emoții dacă le situăm într-una din aceste trei categorii : (1) emoții de bucurie și afectuoase, (2) emoții ostile și (3) emoții de tristețe și anxietate[4]. Să analizăm cîteva dintre emoțiile specifice care alcătuiesc fiecare categorie.

Emoţii de bucurie/afectuoase: fericirea, iubirea, pasiunea şi simpatia

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să-şi noteze experienţele de bucurie şi cauzele acestora, timp de cîteva zile. Folosiţi acest exerciţiu pentru a purta o discuţie cu privire la relaţia dintre experienţele de bucurie şi comunicarea interpersonală.

Ce anume vă face fericit? Dacă sînteţi ca majoritatea oamenilor, relaţiile dumneavoastră personale se numără printre lucrurile cele mai importante[5]. Sentimentul de conexiune cu alţii constituie o sursă de bucurie profundă pentru mulţi oameni, iar experienţele emoţionale de bucurie şi fericire joacă un rol important în transformarea acestor relaţii în unele satisfăcătoare. În această secţiune, vom analiza sentimentele de fericire, dragoste, pasiune şi simpatie, pentru a le înţelege funcţiile în comunicarea interpersonală.

FERICIREA. Dintre toate emoţiile umane, fericirea este una dintre cele mai uşor de recunoscut şi universală[6]. **Fericirea** este o stare de mulţumire, bucurie, plăcere şi voioşie. Oamenii din toate culturile cunoscute îşi manifestă fericirea zîmbind, rîzînd şi fiind plini de energie; toţi interpretează aceste comportamente drept indicii ale fericirii[7].

⊃ **fericire** O stare de mulţumire, bucurie, plăcere şi veselie.

Despre materiale media: Dragostea este probabil cel mai popular subiect al artei şi al materialelor media, sub toate formele lor (literatură, muzică, poezie, sculptură, filme şi televiziune, tablouri etc.). Spuneţi-le studenţilor să dea exemple. De ce dragostea ocupă un loc atît de privilegiat în experienţa umană?

Într-o oarecare măsură, fericirea începe ca o experienţă individuală. Totuşi, cînd ne simţim fericiţi, avem tendinţa de a ne apropia de oameni şi de a ne reconecta cu ei[8]. Cu alte cuvinte, fericirea ne determină să ne împărtăşim bucuria cu alţii, căutînd contacte şi dînd dovadă de expresivitate emoţională în interacţiunie noastre[9]. Aceste comportamente, la rîndul lor, aduc fericire celeilalte persoane, astfel încît fericirea devine o experienţă cu adevărat socială. Studiile arată că fericirea contribuie şi la sănătatea şi bunăstarea noastră, ajutîndu-ne să ne recuperăm după efectele dăunătoare ale stresului[10].

IUBIREA ŞI PASIUNEA. Iubirea poate fi mai uşor de recunoscut decît de definit. Un motiv este faptul că trăim atîtea forme ale iubirii, printre care iubirea de cuplu, iubirea de prieteni, iubirea pentru membrii familiei, iubirea de Dumnezeu şi iubirea de sine. Iubirea este o emoţie deosebit de puternică; ea îi motivează pe oameni să se comporte aşa cum nu s-ar purta în alte condiţii. De exemplu, iubirea pentru un partener de cuplu îi poate determina pe oameni să renunţe la locul de muncă, să-şi vîndă casa şi chiar să se mute la mii de kilometri, ca să fie alături de acesta. De asemenea, oamenii fac sacrificii extraordinare din dragoste pentru copiii lor sau pentru Dumnezeu. Prin urmare, **iubirea** înseamnă a-ţi păsa de cineva, a te simţi ataşat şi extrem de devotat faţă de o anumită persoană[11].

⊃ **iubire** Emoţie care constă în a simţi atracţie faţă de cineva, a fi ataşat şi profund devotat faţă de o anumită persoană.

⊃ **pasiune** Emoţie secundară care constă în bucurie şi surpriză, plus experienţele de entuziasm şi atracţie faţă de o altă persoană.

Unele forme de iubire sînt însoţite de **pasiune**, o emoţie care îmbină sentimentele de bucurie şi surpriză cu trăiri de entuziasm şi atracţie faţă de obiectul pasiunii noastre[12]. Oamenii simt adesea pasiune în primele etape ale unei relaţii de cuplu sau sexuale, cînd comportamente precum sărutul, ţinutul de mînă, afirmaţia „Te iubesc" şi interacţiunile sexuale constituie o noutate. Deoarece pasiunea se bazează parţial pe surpriză, este amplificată de noutatea acestor comportamente.

Totuşi, din acelaşi motiv, pasiunea tinde şi să se estompeze, pe măsură ce oamenii ajung să se cunoască mai bine unul pe altul[13]. Astfel, pasiunea tinde să-i reunească iniţial pe oameni, astfel încît aceştia pot descoperi şi explora orice sentimente au unul pentru celălalt. Dacă ajung să simtă o dragoste adevărată unul pentru celălalt, relaţia poate evolua şi se poate dezvolta chiar şi după ce experienţa pasiunii s-a estompat[14]. De asemenea, oamenii pot simţi pasiune

chiar şi în absenţa iubirii de cuplu, de exemplu, în cazul în care sînt pasionaţi de o activitate sau de o cauză.

Cînd simpatizăm pe cineva, ne face plăcere compania persoanei respective și vrem să petrecem timp împreună cu ea.

Iubirea şi pasiunea sînt exemple de emoţii sociale, ceea ce înseamnă că de obicei apar pornind de la interacţiunile noastre sociale. Cu alte cuvinte, emoţiile sociale sînt îndreptate de obicei spre anumite persoane sau spre alte entităţi sociale (de exemplu, un animal sau o zeitate). Cînd iubim, iubim pe cineva anume. Cînd simţim pasiune, aceasta este direcţionată spre cineva sau spre ceva specific.

Subiect de discuție: Deși în general asociem pasiunea cu relațiile de cuplu sau sexuale, aceasta nu este nicidecum restricționată la aceste relații. Oamenii pot simți entuziasm și atracție pentru alții și în mod platonic, nonsexual.

SIMPATIA. Un alt exemplu de emoţie socială este simpatia. Puteţi considera simpatia pur şi simplu un tip de iubire mai puţin intensă, dar simpatia şi iubirea sînt de fapt emoţii diferite. Există vreo persoană despre care puteţi spune că o iubiţi, dar nu o simpatizaţi cu adevărat? Dacă da, înseamnă că deja înţelegeţi diferenţa dintre cele două emoţii.

simpatie Evaluare generală pozitivă a altei persoane.

Dacă iubirea înseamnă ataşament, grijă şi dedicare faţă de cineva, **simpatia** este un produs al evaluării generale a altei persoane[15]. Dacă vă place să fiţi cu cineva şi în general aveţi o concepţie pozitivă privind personalitatea şi comportamentul său, probabil că simpatizaţi persoana respectivă, deşi nu aţi spune că o iubiţi. La fel, dacă există oameni pe care îi iubiţi şi cărora le sînteţi devotaţi, dar nu vă face plăcere să petreceţi timpul împreună cu ei, probabil că îi iubiţi pe aceştia, deşi nu îi simpatizaţi în mod deosebit.

Subiect de discuție: Cereți-le studenților să dea exemple de persoane pe care le iubesc, dar nu le simpatizează în mod deosebit.

Emoțiile de fericire cresc comunicarea interpersonală, aducîndu-i pe oameni mai aproape unii de alții.

Cînd simţim simpatie faţă de alte persoane, ne manifestăm adesea această emoţie prin comportamente foarte intime, precum zîmbetul, atingerile şi statul aproape de ei. De asemenea, tindem să participăm la activităţi comune, ca, de exemplu, vizionarea unor filme, sporturile şi cumpărăturile şi facem eforturi să petrecem timp împreună cu ei, deoarece ne face plăcere compania lor[16].

Deşi fericirea, iubirea, pasiunea şi simpatia sînt emoţii distincte, ele au adesea efecte asemănătoare asupra comunicării interpersonale. Mai precis, toate ne motivează să căutăm compania altora[17]. Cînd ne simţim fericiţi, vrem adesea să ne împărtăşim fericirea cu prieteni şi cu membri ai familiei, interacţionînd cu ei. Cînd simpatizăm, iubim sau avem o pasiune pentru cineva, ne place să fim alături de persoana respectivă şi adesea ne simţim nemulţumiţi cînd sîntem despărţiţi de ea. Astfel, emoţiile de bucurie, afectuoase, cresc comunicarea interpersonală, aducîndu-ne mai aproape de oamenii la care ţinem.

Emoții de ostilitate: mînia, disprețul, dezgustul, gelozia și invidia

Emoţiile de bucurie, afectuoase, creează senzaţii pozitive. Totuşi, în relaţiile noastre există momente în care apar emoţii mai neplăcute. În această secţiune, vom analiza cinci emoţii de ostilitate din cadrul relaţiilor interpersonale, care pot fi distructive dacă nu sînt gestionate în mod adecvat: mînia, dispreţul, dezgustul, gelozia şi invidia.

MÎNIA. **Mînia** este o reacţie emoţională la perceperea faptului că aţi fost nedreptăţit într-un anumit fel. Dacă un alt şofer vă taie calea în trafic, dacă luaţi o notă finală mai mică decît aveţi impresia că vi se cuvine sau dacă partenerul uită că e ziua dumneavoastră de naştere, probabil că veţi simţi mînie într-o oarecare măsură, fie că este vorba despre o iritare uşoară sau de furie clară. Cînd

mînie Reacție emoțională la nedreptăți.

În viața de zi cu zi: Multe evenimente din viața cotidiană ne induc mînie într-o oarecare măsură. Cereți-le studenților să ofere exemple de evenimente orientate spre comunicare, care generează mînie, din propria lor experiență.

Etica în prim-plan: Prezentarea frecventă a comportamentelor disprețuitoare la televizor și în filme îi poate desensibiliza parțial pe oameni la efectele dăunătoare ale sale asupra receptorilor. Totuși, prin definiție, comportamentul disprețuitor este adoptat pentru a-i răni pe ceilalți. Există vreo situație în care exprimarea disprețului nu încalcă principiile eticii?

sînteți mînios, aveți tendința de a ataca sau de a vă răzbuna pe oricine aveți impresia că v-a nedreptățit[18]. Din acest motiv, comunicarea mîniei presupune comportamente precum țipatul, aruncatul obiectelor, expresii faciale neplăcute și chiar atacarea fizică a unei alte persoane[19].

La fel cum experiența fericirii poate amplifica starea de bine, studiile arată că mînia poate dăuna sănătății. O serie de studii relevă că stresul datorat trăirii și exprimării mîniei îi supune pe oameni unor riscuri crescute de infarct coronarian[20], alte afecțiuni cardiace[21], tulburări circulatorii[22] și atacuri cerebrale[23]. Alte studii au raportat că persoanele incapabile să-și controleze mînia au sistemul imunitar slăbit[24] și rănile li se vindecă mai greu[25], în comparație cu persoanele care își gestionează mînia în moduri pozitive.

Nu simțim mînie doar față de alții, ci uneori sîntem mînioși și pe noi înșine. Mînia direcționată către sine poate fi frustrantă și ne poate determina să ne pedepsim sau să ne simțim demoralizați. Totuși, ea poate fi și utilă, dacă ne motivează să ne schimbăm comportamentele în bine.

DISPREȚUL. **Disprețul** vă determină să simțiți că sînteți mai bun decît altcineva. Este una dintre cele mai dăunătoare emoții pentru relațiile personale[26]. Oamenii își exprimă disprețul insultîndu-i pe alții sau bătîndu-și joc de ei, jignindu-i, ridiculizîndu-i, glumind pe seama lor și lăsînd să se înțeleagă că o altă persoană este netoată sau incompetentă[27]. Aceste acțiuni transmit mesaje de apreciere negativă, dezaprobare și lipsă de respect. Studiile relevă că ele pot declanșa un ciclu de comportamente negative în cadrul relațiilor. Cercetările efectuate de psihologul John Gottman au arătat că manifestările disprețului unui partener de cuplu îl determină adesea pe celălalt partener să se retragă și să devină distant – reacție care poate lăsa conflictele nerezolvate și poate supune cuplul la un risc crescut de disoluție[28].

➲ **dispreț** Sentiment de superioritate și de lipsă de respect față de alții.

DEZGUSTUL. **Dezgustul** este sentimentul de repulsie pe care îl simțiți cînd vă confruntați cu ceva ce vi se pare deranjant sau respingător[29]. Poate fi vorba despre un miros urît care vă face stomacul să se revolte sau un mesaj ori o imagine care vă ofensează profund. În ambele cazuri, dezgustul provoacă o reacție emoțională și fizică intensă care vă motivează să evitați, să respingeți sau să alungați elementul care vă dezgustă[30].

➲ **dezgust** Sentiment de repulsie ca reacție la ceva ofensator.

Subiect de discuție: Cercetătorii au mai descoperit și că oamenii simt dezgust cînd li se cere să mănînce ciocolată modelată în formă de păianjeni sau să bea suc de portocale din recipiente sterile care se folosesc de obicei la colectarea urinei. Dezgustul dezminte adesea gîndirea rațională.

Mulți cercetători cred că dezgustul s-a dezvoltat ca reacție instinctivă care să ne împiedice să consumăm alimente alterate sau murdare[31]. Dacă vă dezgustă gîndul de a bea lapte înăcrit sau de a îngera carne plină de bacterii, de exemplu, probabil că această reacție emoțională vă protejează de răul fizic pe care vi l-ar putea cauza consumul unor astfel de alimente.

Prin ce este relevant dezgustul pentru comunicarea interpersonală? Răspunsul este că oamenii pot simți același tip de dezgust cînd se confruntă cu alte persoane ale căror valori, convingeri sau comportamente le provoacă repulsie[32]. Dezgustul lor îi determină adesea să evite interacțiunile cu astfel de oameni și chiar să evite artefactele despre care au impresia că îi reprezintă pe aceștia. De exemplu, cercetătorii au descoperit că majoritatea americanilor nu vor să îmbrace un pulover dacă cred că a fost purtat cîndva de un criminal condamnat la moarte[33]. Conexiunea dintre dezgustul oamenilor față de criminal și respingerea puloverului

acestuia este atît de intensă, de fapt, încît majoritatea oamenilor nu vor să poarte puloverul chiar dacă a fost complet deşirat şi reîmpletit[34].

GELOZIA. Mulţi oameni folosesc termenul *gelozie* ca echivalent al termenului *invidie*, cînd spun că sînt geloşi, dar de fapt vor să se înţeleagă că sînt invidioşi. Gelozia şi invidia sînt două emoţii diferite. Simţim invidie cînd ne dorim ceva ce posedă o altă persoană. De exemplu, puteţi fi invidioşi pe noul apartament al unui prieten sau pe noua motocicletă a fratelui dumneavoastră. **Gelozia** survine atunci cînd oamenii simt că existenţa sau calitatea unei relaţii importante este ameninţată de o terţă parte[35]. De exemplu, puteţi simţi gelozie cînd vă vedeţi partenerul de cuplu flirtînd cu altcineva.

➲ **gelozie** Percepţie că existenţa sau calitatea unei relaţii importante este ameninţată de o terţă parte.

Experienţa geloziei combină trei emoţii : teama (că relaţia dumneavoastră este ameninţată), mînia (faţă de persoanele care o ameninţă) şi tristeţea (la gîndul că vă puteţi pierde relaţia). Deşi putem asocia gelozia în primul rînd cu relaţiile de cuplu, o putem simţi şi în contextul altor relaţii importante. De exemplu, putem fi geloşi dacă un prieten apropiat începe să petreacă timp cu un prieten nou, deşi de obicei nu ne gîndim la prietenie ca la o relaţie exclusivă[36]. În această situaţie contează că vedem această relaţie cu prietenul drept una importantă. Avem tendinţa de a nu reacţiona cu gelozie, cînd sînt ameninţate relaţii neimportante.

INVIDIE. După cum tocmai am precizat, **invidia** survine cînd vrem ceea ce are o altă persoană[37]. De exemplu, putem invidia averea altei persoane, inteligenţa şi atractivitatea ei fizică, deoarece ne dorim noi înşine aceste atribute. După cum ilustrează aceste exemple, invidia implică o comparaţie cu ceilalţi şi percepţia că sîntem inferiori în această comparaţie[38]. Simţim invidie doar cînd obiectul comparaţiei este foarte relevant pentru noi. De exemplu, invidiem maşina altei persoane doar dacă a avea o maşină frumoasă este important pentru noi[39].

➲ **invidie** Dorinţă de a avea ceva ce posedă altă persoană.

Subiect de discuţie: Deşi invidia îi poate motiva pe oameni să se autoperfecţioneze, multe religii consideră invidia unul dintre cele şapte „păcate capitale". Componenta de păcat a invidiei depinde mai mult de modul în care reacţionăm faţă de invidia noastră decît de faptul că o simţim, în primul rînd?

În sine, invidia nu este întotdeauna negativă. De fapt, poate fi un bun factor motivant. Invidierea aspectului fizic al altei persoane ne poate motiva să facem sport mai des. Invidierea venitului altcuiva ne poate motiva să avem rezultate bune la învăţătură şi să ne demarăm propria afacere[40]. Problema este că uneori le facem rău sau îi perturbăm pe cei pe care îi invidiem. De exemplu, invidia lui Collette cauzată de promovarea colegei ei de cameră şi de salariul mai mare al acesteia o determină să încerce să-i provoace acesteia probleme la serviciu. Adesea îi dă telefon sau trece pe la banca unde lucrează colega ei, deoarece ştie că aceste acţiuni îl irită pe managerul băncii şi o pun pe colega ei într-o lumină proastă. În loc să încerce să-şi îmbunătăţească performanţele proprii la locul de muncă, Collette încearcă să saboteze cariera colegei sale de cameră. Pe scurt, invidia îi poate determina pe oameni să le facă rău altora, iar în cadrul acestui proces ei îşi pot pune în pericol relaţiile.

Asemenea emoţiilor de bucurie, emoţiile de ostilitate influenţează modalităţile de comunicare interpersonală. Spre deosebire de emoţiile de bucurie, emoţiile de ostilitate sînt adesea neplăcute şi ne pun la încercare relaţiile. Mînia ne determină să trecem la atac sau să căutăm să ne răzbunăm. Dispreţul ne face să-i desconsiderăm pe alţii, iar dezgustul ne motivează să-i evităm. Gelozia ne determină să atacăm o persoană pe care o percepem drept rivală, iar invidia ne poate încuraja să-i rănim pe cei pe care îi invidiem.

Totuşi, indiferent de consecinţele negative pentru relaţii, aceste emoţii constituie aspecte normale ale experienţei umane. La fel cum este firesc să simţim bucurie şi iubire, este totodată complet normal să simţim mînie, dispreţ, dezgust, gelozie şi invidie, din cînd în cînd. Ceea

ce contează pentru comunicarea interpersonală este modul în care gestionăm aceste relaţii atunci cînd le trăim. În secţiunea a patra a acestui capitol vom analiza modalităţi constructive de gestionare a emoţiilor.

Emoţii de tristeţe/anxietate: tristeţea, depresia, suferinţa, teama şi anxietatea socială

În viaţa de zi cu zi: Una dintre cele mai intense forme de tristeţe este experienţa „frîngeriiinimii", careesteadeseao reacţie la iubirea neîmpărtăşită. Întrebaţi-i pe studenţi cîţi dintre ei au trăit ei înşişi acest tip de tristeţe.

Subiect de discuţie: Ideea că depresia clinică este o afecţiune fizică merită amintită, deoarece persoanele care nu au avut niciodată depresie o înţeleg adesea greşit. A-i spune unei persoane deprimate „să se înveselească" sau „să iasă din starea asta" este o strategie neproductivă, ca în cazul oricărei alte afecţiuni fizice.

Emoţiile de ostilitate sînt neplăcute şi ne motivează adesea să-i rănim pe ceilalţi într-un anumit fel. Emoţiile de tristeţe şi anxietate nu sînt mai puţin neplăcute decît emoţiile de ostilitate. Totuşi, spre deosebire de emoţiile de ostilitate, acestea ne determină de obicei să ne retragem, în loc să trecem la atac – cu alte cuvinte, ne fac să ne „închidem" faţă de ceilalţi. Din această perspectivă, emoţiile de tristeţe şi anxietate pot fi la fel de problematice pentru relaţii ca emoţiile de ostilitate. În această secţiune, vom analiza cinci tipuri de emoţii de tristeţe/anxietate: tristeţea, depresia, suferinţa, teama şi anxietatea socială.

➲ tristeţe Emoţie care implică sentimentul de nefericire, regret şi descurajare, de obicei drept consecinţă a unui anumit tip de pierdere.

Tristeţea şi depresia. **Tristeţea**, care înseamnă un sentiment de nefericire, regret şi descurajare, este cel mai adesea consecinţa unui anumit tip de pierdere. Într-adevăr, două dintre cele mai frecvente cauze ale tristeţii sînt pierderea unei persoane şi încheierea unei relaţii[41]. De exemplu, ne poate întrista moartea unui prieten apropiat, dar şi încheierea relaţiei cu o persoană iubită, din cauză că aceasta suferă de maladia Alzheimer. Asemenea manifestărilor noastre de fericire, manifestările de tristeţe în diverse culturi sînt foarte asemănătoare. Printre ele se numără încruntarea, plînsul, neimplicarea în activităţile de rutină şi vorbitul încet, lent şi fără energie[42].

În opinia unora, depresia este doar o tristeţe extremă, dar acestea două sînt destul de diferite. Tristeţea este o reacţie emoţională normală la pierdere şi, deşi este adesea dureroasă, este relativ scurtă ca durată. În schimb, **depresia** clinică este o afecţiune fizică diagnosticată, care poate dura luni întregi sau chiar ani şi este asociată cu simptome precum oboseala excesivă, insomnia, modificările semnificative ale greutăţii, sentimentele de inutilitate şi gîndurile recurente legate de sinucidere şi moarte[43]. Dacă oamenii simt de obicei tristeţe faţă de anumite evenimente, ei pot fi deprimaţi fără un motiv evident.

➲ depresie Afecţiune fizică ce implică oboseală excesivă, insomnie, modificări ale greutăţii corporale, sentimente de inutilitate şi/sau gînduri legate de sinucidere sau moarte.

Depresia clinică poate fi profund incapacitantă şi poate determina pierderea locului de muncă, divorţul, izolarea socială şi afectarea relaţiilor cu prietenii şi cu familia[44]. Din fericire, există cîteva modalităţi de tratare a depresiei, printre care medicaţia antidepresivă şi diverse forme de consiliere şi psihoterapie[45]. De asemenea, exerciţiile fizice[46] şi ţinerea unui jurnal[47] îi ajută pe oamenii cu depresie.

Suferinţa. În filmul *Rabbit Hole* (*Trezirea la realitate*, 2010), Nicole Kidman joacă rolul unei tinere mame care se străduieşte să accepte moartea fiului ei de 4 ani. Cînd o pierdere este semnificativă – pierderea unei persoane dragi – resimţim tristeţea drept **suferinţă**. Conform cercetătorilor, suferinţa nu este atît o experienţă emoţională izolată, cît mai degrabă un proces emoţional prin care facem faţă unei pierderi teribile[48].

➲ suferinţă Proces emoţional de gestionare a unei pierderi semnificative.

Terapeuţii sugerează că procesul suferinţei are cinci etape. Prima etapă, *negarea*, înseamnă a pretinde că pierderea nu a avut loc şi că totul este bine. În etapa următoare, *mînia*, persoana care suferă este mînioasă pe oricine a cauzat pierderea, chiar dacă respectiva persoană a decedat. A treia etapă, *negocierea*, înseamnă a oferi ceva în schimb unei puteri superioare, pentru a reface ceea ce a fost pierdut (de exemplu, promisiunea de a trăi altfel, dacă Dumnezeu va anihila pierderea). A patra etapă se numeşte *depresie* şi, deşi nu înseamnă neapărat a suferi de depresie clinică, implică sentimentul de retragere în sine sau de „amorţeală". Ultima etapă, *acceptarea*, apare atunci cînd mînia, teama şi jalea s-au diminuat, iar persoana accceptă realitatea pierderii[49]. Deşi fiecare pas constituie o etapă normală a suferinţei, nu orice persoană care suferă trece prin toate cele cinci etape sau le parcurge în aceeaşi ordine.

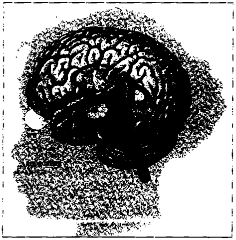
Subiect de discuţie: Ne putem simţi stînjeniţi faţă de oamenii care suferă, deoarece nu ştim ce să le spunem şi ne temem că vom spune ceva greşit. Totuşi, dacă nu comunicăm, le putem transmite mesajul că nu ne pasă. Rareori nu este potrivit să spunem „Îmi pare rău pentru pierderea suferită", „Mă gîndesc la tine" sau „Sînt aici, dacă ai nevoie de ceva".

TEAMA. **Teama** este reacţia minţii şi a corpului la perceperea pericolului. Mulţi oameni se tem de înălţimi, de spaţii închise, de şerpi sau de arme, de exemplu, din cauză că percep pericolul de a cădea, de a fi închis, muşcat sau împuşcat[50]. Teama cauzează modificări imediate la nivelul corpului nostru, care sînt controlate în mare măsură de un grup de neuroni din creier numit **corpul amigdalian**[51]. Cînd simţim teamă, corpul amigdalian determină creşterea pulsului şi intensificarea respiraţiei, dilatarea pupilelor şi creşterea nivelului hormonilor de stres[52].

Aceste modificări fiziologice ne determină să conştientizăm mai bine potenţiala ameninţare şi ne conferă o energie suplimentară pentru a reacţiona la ea[53]. Uneori, corpul amigdalian ne determină şi să devenim tensionaţi sau să „îngheţăm". Această reacţie imobilizează temporar corpul, dîndu-ne şansa de a evalua pericolul, înainte să reacţionăm la el[54]. Cînd simţim teamă, avem de obicei tendinţa de a ne retrage din situaţia respectivă şi de a ne proteja, cel puţin pentru suficient timp cît să ne dăm seama în ce constă pericolul şi cum îi putem face faţă mai bine.

➲ **teamă** Reacţie a minţii şi a corpului la perceperea unui pericol.

➲ **corp amigdalian** Un grup de neuroni din creier care controlează în mare măsură reacţia corpului la teamă.



Frica generează schimbări imediate în corpul nostru, controlate în mare parte de un grupde neuroni din creier numiţi corp amigdalian.

ANXIETATEA SOCIALĂ. Uneori, oamenii pot da dovadă de **anxietate socială**, adică teama de a nu face o impresie bună asupra celorlalţi[55]. Poate că veţi întîlni pentru prima oară familia partenerului dumneavoastră şi vă faceţi griji că nu vă vor plăcea sau sînteţi îngrijorat cu privire la impresia pe care o veţi face în prima zi la o nouă slujbă. Poate că vă temeţi că veţi da greş în timpul unei prezentări în faţa clasei. Fiecare situaţie ilustrează o formă de anxietate socială, iar tendinţa comportamentală asociată cu aceasta este ascunderea sau evitarea situaţiei.

➲ **anxietate socială** Teamă de a nu face o impresie bună asupra celorlalţi.

Subiect de discuţie: Oamenii folosesc uneori sintagma „înţepenit de frică" pentru a descrie imobilizarea temporară pe care o poate cauza corpul amigdalian.

Este normal să simţim anxietate socială din cînd în cînd. Citiţi caseta „Aveţi aptitudini?" şi veţi afla cîteva idei de a o diminua cînd o simţiţi. Atunci cînd anxietatea socială devine cronică şi începe să interfereze cu viaţa de zi cu zi, aceasta poate semnifica o afecţiune mintală

cronică, numită *tulburare de anxietate socială*[56]. Spre deosebire de anxietatea socială obişnuită, tulburarea de anxietate socială necesită un tratament constînd într-o combinaţie de psihoterapie şi medicaţie.

AVEŢI APTITUDINI ?			
DIMINUAREA ANXIETĂŢII SOCIALE **Dacă simţiţi anxietate socială, iată cum să o gestionaţi.**			
Ce ?	**De ce ?**	**Cum ?**	**Încercaţi !**
Învăţaţi să diminuaţi sentimentele de anxietate socială.	Ca să vă simţiţi mai confortabil comunicînd cu alte persoane în contexte sociale, ca, de exemplu, orele de curs, petrecerile sau şedinţele.	1. Una dintre cele mai bune tehnici de diminuare a anxietăţii este *vizualizarea*. Începeţi prin a închide ochii şi imaginaţi-vă contextul social în legătură cu care simţiţi anxietate. 2. În timp ce vizualizaţi contextul respectiv, imaginaţi-vă că păşiţi în el şi interacţionaţi cu o persoană într-o manieră relaxată, încrezătoare, naturală. Închipuiţi-vă cum discutaţi, rîdeţi şi vă bucuraţi unul de compania celuilalt. 3. Acum, imaginaţi-vă că aveţi o interacţiune la fel de relaxată cu următoarea persoană din acel context social, apoi cu încă o persoană şi încă una. La fiecare conversaţie, vizualizaţi-vă simţindu-vă tot mai liniştit şi mai implicat.	1. Identificaţi un eveniment social viitor cu privire la care simţiţi o oarecare anxietate, de exemplu, o reuniune familială sau o petrecere de sărbători la locul de muncă. 2. În cel puţin trei ocazii separate înainte de eveniment, petreceţi cîte zece minute vizualizînd comunicări relaxate, pline de succes, aşa cum au fost descrise în coloana „CUM ? ". 3. Participaţi la eveniment şi gîndiţi-vă la vizualizări, în timp ce începeţi să interacţionaţi cu ceilalţi.
ANALIZAŢI : ***Ce efecte a avut vizualizarea asupra anxietăţii sociale pe care aţi simţit-o pe parcursul acestui eveniment ?***			

Subiect de discuţie: Unele persoane confundă anxietatea socială cu timiditatea, dar ele sînt diferite. Anxietatea socială este o experienţă emoţională tranzitorie, deci majoritatea oamenilor simt anxietate socială doar în anumite situaţii. Timiditatea este o trăsătură a personalităţii, nu o emoţie, aşa că influenţează modul în care se comportă oamenii în aproape orice situaţie.

Sentimentele de tristeţe, depresie, suferinţă, teamă sau anxietate socială ne determină adesea să vrem să ne retragem din interacţiunile sociale, din cel puţine două motive. În cazul tristeţii, depresiei şi suferinţei, vrem să-i evităm pe alţii – sau cel puţin să ne limităm interacţiunile cu ei – deoarece avem nevoie să fim singuri un timp, ca să facem faţă emoţiilor. În schimb, cînd simţim teamă sau anxietate socială, retragerea de lîngă ceilalţi ne poate ajuta să ne simţim protejaţi şi în siguranţă. Totuşi, cînd percepem că alte persoane manifestă emoţii de tristeţe sau anxietate, adesea vrem să interacţionăm mai mult cu ei, ca să ne manifestăm grija şi afecţiunea. În astfel de cazuri, este important să ţinem minte că ceilalţi pot avea nevoie de timp pentru ei înşişi, la fel ca noi, dacă ne-am afla în aceeaşi situaţie.

ÎNVĂŢAŢI Ce este o emoţie şi prin ce diferă de dispoziţie? Care este diferenţa dintre dragoste şi simpatie? Care este deosebirea dintre gelozie şi invidie? Cînd simt oamenii suferinţă?

APLICAŢI Intervievaţi un membru al corpului profesoral din departamentul de psihologie, pentru a învăţa mai multe despre comunicarea eficientă cu persoanele care suferă fie de

depresie, fie de tulburare de anxietate socială. Cereți-i profesorului cîteva recomandări precise despre cum trebuie procedat – și ce trebuie evitat – în interacțiunile sociale cu persoane deprimate sau care suferă de anxietate socială. Redactați o însemnare detaliată de tip jurnal, descriind ce ați învățat.

REFLECTAȚI Cînd simțiți dispreț sau dezgust? Ce experiențe vă induc frică?

2. Specificul emoției

Noi, oamenii, manifestăm o diversitate amplă de emoții. Deși fiecare emoție este diferită, le putem înțelege mai bine analizîndu-le caracteristicile comune. În această secțiune, vom învăța că emoțiile sînt multidimesionale, că variază sub aspectul valenței și intensității, că au variante principale și secundare și că uneori sînt metaemoții.

Exercițiu de redactare: Rugați-i pe studenți să-și amintească o experiență emoțională recentă și să descrie în scris cum au trăit emoția din punct de vedere fiziologic, cognitiv, social și comportamental.

Cercetarea în prim-plan: În opinia multor cercetători, componenta fiziologică a emoției o determină să fie o adaptare în scopul supraviețuirii. Conform acestei perspective, fiecare emoție și caracteristicile ei fiziologice specifice operează pentru a-i motiva pe oameni să acționeze în cel mai bun mod, spre binele lor. De exemplu, starea de incitare generată de teamă îi determină pe oameni să evite situațiile periculoase sau să li se opună, în timp ce starea de incitare indusă de dragoste îi motivează pe oameni să-și dezvolte legături protectoare cu alte persoane.

Emoțiile sînt multidimensionale

Afirmăm că emoțiile sînt multidimensionale deoarece fiecare emoție are cîteva componente: fiziologică, cognitivă, comportamentală, socială și culturală. Le vom analiza pe scurt pe fiecare.

EMOȚIILE SÎNT FIZIOLOGICE. Să presupunem că sînteți acasă, așteptați să vină prietena dumneavoastră, Simone, pe care ați invitat-o la cină. După ce întîrzie 15 minute, începeți să vă întrebați dacă totul e în regulă – mai ales pentru că ea este întotdeauna punctuală –, dar vă închipuiți că traficul de la ora de vîrf o determină să ajungă mai greu. După ce trece încă o jumătate de oră, începeți să vă agitați și vă simțiți tensionat, așa că încercați să o apelați pe telefonul mobil. După ce ați sunat de cinci ori și nu răspunde, aveți o senzație de rău la stomac și vă dați seama că respirați mai intens decît de obicei. Apoi, cînd o vedeți în sfîrșit intrînd pe alee, vă simțiți imediat relaxat, în timp ce corpul dumneavoastră revine la starea normală.

Cînd simțiți emoții, mai ales intense, corpul reacționează conform anumitor tipare, în moduri previzibile. De exemplu, teama cauzează un ritm mai rapid al bătăilor inimii, intensificarea respirației și dilatarea pupilelor. Glandele suprarenale cresc nivelul hormonului de stres numit cortizol, care mărește nivelul zahărului din sînge și inhibă sistemele corpului (de exemplu, sistemul digestiv și sistemul reproducător) care nu sînt esențiale pentru a combate sursa temerii[57]. Aceste reacții vă induc starea de „alertă maximă", astfel încît să vă puteți confrunta cu orice vă cauzează teama. Într-adevăr, principalul motiv pentru care emoții precum teama, bucuria, tristețea și gelozia par atît de diferite este faptul că ele cauzează modificări fizice diferite la nivelul corpului[58].

Modificările fiziologice specifice care însoțesc fiecare emoție au un scop. În particular, fiecare emoție generează reacții care ajută corpul în primul rînd să gestioneze respectiva emoție și apoi să revină la starea naturală, echilibrată. După cum este descris în caseta „Comunicarea: zona luminoasă", emoțiile pot avea chiar și efecte pozitive asupra sănătății noastre. De fapt, componenta fiziologică a emoției este atît de intensă, încît poate fi dificil să o separăm de emoția însăși. Cu alte cuvinte, majoritatea nu am fi capabil să spunem dacă manifestăm bucurie, surpriză sau dezgust, dacă nu am simți și modificările fizice cauzate de aceste emoții.

Comunicarea: zona luminoasă

ESTE BINE SĂ TE SIMȚI BINE: BENEFICIILE EMOȚIILOR POZITIVE PENTRU SĂNĂTATE

Emoțiile pozitive – cum ar fi bucuria, iubirea, optimismul și recunoștința – ne fac să ne simțim bine dintr-un motiv: chiar este posibil să fie benefice *pentru* noi. O serie de cercetători din domeniul comunicării și psihologiei au testat ideea conform căreia trăirea emoțiilor pozitive îmbunătățește sănătatea fizică. Cercetările lor au relevat două tipuri de efecte:

- *Efectul de amortizare* înseamnă că, atunci cînd avem o stare emoțională pozitivă, sîntem mai puțin susceptibili la evenimente care altfel ne-ar cauza stres. De exemplu, ați observat poate că a pierde un avion sau a avea o defecțiune la mașină par mult mai grave cînd avem deja o dispoziție negativă decît cînd ne simțim bine. Cercetătorii cred că aceasta se datorează faptului că emoțiile pozitive îi creează corpului energii suplimentare pentru a reacționa la un eveniment stresant, prin urmare vă simțiți mai puțin copleșit de acesta. Efectul de amortizare este benefic, deoarece stresul are multe efecte dăunătoare asupra corpului.
- *Efectulde recuperare* înseamnă că, atunci cînd sînteți deja într-o situație stresantă, trăirea emoțiilor pozitive vă va ajuta să vă reveniți mai repede decît de obicei. De exemplu, pe parcursul unei săptămîni epuizante și copleșitoare, vă amintiți poate că v-ați simțit mai bine după ce ați vizionat un film comic sau ați vorbit la telefon cu o persoană la care țineți. Îmbunătățirea stării emoționale accelerează adesea refacerea corpului din stările negative fizice.

Întrebați-vă

- Ce comportamente comunicaționale amplifică emoțiile dumneavoastră pozitive? Cum puteți folosi aceste comportamente pentru a accelera recuperarea de pe urma stresului, cînd îl resimțiți?
- În afară de bucurie, iubire, optimism și recunoștință, ce alte emoții vi se par pozitive?

Surse: Floyd. K., Mikkelson, A.C., Tafoya, M.A. Farinelli, L., La Valley, A.G., Judd, J., Haynes, M.T., Davis, K.L., Wilson J. (2007). Human affection exchange: XIII. Affectionate communication accelerates neuroendocrine stress recovery. *Health Communication*, 22, pp. 123-132; Fredrickson, B.L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2, pp. 300-319.

EMOȚIILE SÎNT COGNITIVE. Deşi fiecare emoţie pare distinctă sub unele aspecte, diferite emoţii pot induce aceleaşi senzaţii fizice. De exemplu, atît pasiunea, cît şi teama pot cauza amplificarea ritmului cardiac, a respiraţiei şi creşterea presiunii sanguine. Cînd trăim astfel de reacţii, cum ne dăm seama dacă simţim teamă, pasiune sau cu totul altă emoţie? Putem identifica emoţia cu acurateţe deorece mintea noastră intervine şi pune o „etichetă" emoţională pe ceea ce simţim[59]. Prin urmare, emoţiile au şi o componentă cognitivă puternică.

Probabil ştiţi că acest lucru este adevărat, dacă aţi simţit vreodată confuzie cu privire la emoţia pe care o simţiţi. Să presupunem că sînteţi în sala de curs şi vă daţi seama că nu vă puteţi concentra din cauză că transpiraţi, inima vă bate intens şi abia puteţi sta liniştit. Nu există nici un motiv evident pentru care să vă simţiţi astfel – nu sînteţi supărat, nervos sau deosebit de incitat. Prin urmare, mintea dumneavoastră începe să caute o explicaţie. Poate că vă gîndiţi cum v-aţi certat cu mama dumneavoastră cu o zi înainte şi vă spuneţi: „Probabil că sînt mai supărat decît credeam". Poate vă întrebaţi dacă sînteţi anxios cu privire la un examen viitor şi decideţi: „Este clar că mă simt stresat din cauza asta". Acestea sînt doar două exemple ale modului în care mintea dumneavoastră operează deducţii cu privire la emoţii. Observaţi cum vă simţiţi din punct de vedere fizic, iar mintea foloseşte informaţiile disponibile pentru a identifica emoţia pe care probabil o trăiţi.

EMOȚIILE SÎNT COMPORTAMENTALE. Pe lîngă faptul că sînt evenimente fiziologice şi cognitive, emoţiile includ o componentă comportamentală. Mai precis, prezintă **tendinţe de acţiune**, ce sînt comportamente specifice pe care fiecare emoţie ne determină să le adoptăm[60].

➲ **tendințe de acțiune** Motivații cu fundament biologic ale unor reacții comportamentale specifice față de emoții.

De exemplu, tendinţa de acţiune asociată cu teama înseamnă autoprotecţie. Prin urmare, sentimentul de teamă ne determină fie să ne retragem dintr-o situaţie care ne înspăimîntă, fie să ne apărăm de o ameninţare[61]. Dacă evităm cu succes sursa temerii sau o contracarăm, atunci nu mai simţim teamă. Cînd ne simţim nervoşi, avem tendinţa de a ataca sau de a ne răzbuna pe cei care ne-au nedreptăţit[62]. Cînd sîntem bucuroşi, tendinţa noastră de acţiune este să interacţionăm cu persoanele la care ţinem[63].

Tendinţele de acţiune sînt legate de anumite tipare comportamentale specifice pe care o anumită emoţie ne motivează să le adoptăm, dar nu respectăm întotdeauna neapărat tiparul respectiv. De exemplu, dacă simţiţi teamă, nu sînteţi întotdeauna capabil să contracaraţi sursa fricii sau să vă feriţi de ea, chiar dacă acestea sînt tendinţele de acţiune asociate cu teama. Iată şi un alt exemplu: indiferent cît de preocupat sînteţi cu privire la evaluarea de la mijlocul anului efectuată de îndrumătorul dumneavoastră, este posibil să nu o puteţi evita, deşi vă doriţi acest lucru.

Cercetarea în prim-plan: Un studiu clasic coordonat de Dutton şi Aron (1974) a evidenţiat că incitarea produsă de frică (în acest studiu, teama de înălţime) poate fi atribuită în mod eronat atracţiei sexuale, dacă este prezentă o persoană atrăgătoare[1]. Acest fapt ilustrează ideea că oamenii asociază incitării etichete cognitive.

[1]Dutton, D.G., Aron, A.P. (1974). Some evidence for heightened sexual attraction under conditions of high anxiety. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, pp. 510-517.

EMOŢIILE SÎNT SOCIALE ŞI CULTURALE. Emoţiile pe care le simţim într-o anumită situaţie sînt modelate în diverse feluri de convigerile specifice societăţii noastre cu privire la situaţia respectivă[64]. De exemplu, mulţi americani s-ar simţi dezgustaţi la gîndul de a mînca pisici, cîini, melci, şerpi, cămile, cobai sau şobolani, deşi aceste animale sînt consumate în mod obişnuit în diverse societăţi din întreaga lume[65]. Oamenii crescuţi într-o societate hindusă s-ar simţi la fel de dezgustaţi la gîndul de mînca hamburgeri – un element comun al alimentaţiei din SUA – deoarece vacile sînt considerate sacre în religia hindusă[66].

Subiect de discuţie: Pe lîngă influenţarea emoţiilor pe care le simţim în anumite situaţii, normele noastre sociale şi culturale mai influenţează şi momentele şi modalităţile în care ne exprimăm emoţiile, aspect pe care îl vom prezenta ulterior în acest capitol.

Consumul oricărui animal nu are nimic inerent dezgustător. Unii oameni simt dezgust, iar alţii încîntare din cauza practicilor sociale şi a mesajelor cu care sînt obişnuiţi. Diferenţele sociale dintre emoţii se pot traduce în comportamente fundamental diferite.

Să presupunem că v-aţi depus dosarul la mai multe universităţi, dar nu aţi fost admis la cea pentru care aţi optat în primul rînd. Dacă aţi crescut într-o societate nord-americană, probabil că simţiţi dezamăgire pentru că aţi fost respins sau chiar mînie faţă de sine, pentru că nu v-aţi pregătit mai bine pentru testul de admitere. Ca reacţie la emoţiile respective, este posibil să daţi din nou testul în anul următor (cu speranţa de a aplica din nou la colegiul ales) sau să acceptaţi să fiţi admis la o instituţie de învăţămînt mai puţin dorită. În schimb, dacă aţi crescut în Japonia, principala emoţie în această situaţie ar fi ruşinea generată de dezonoare sau dizgraţie pe care aţi atras-o asupra dumneavoastră şi a familiei, nereuşind să fiţi admis. De fapt, o modalitate prin care unii oameni din Japonia reacţionează la ruşinea intensă este sinuciderea, deoarece tendinţa de acţiune în cazul ruşinii este ascunderea sau dispariţia în raport cu ceilalţi[67]. Japonia are una dintre cele mai mari rate de mortalitate din lume, parţial din cauză că ruşinea este o componentă atît de importantă în repertoriul emoţional al japonezilor[68].

Consultaţi secţiunea „Pe scurt", care prezintă un rezumat al celor patru componente ale emoţiei.

PE SCURT • COMPONENTELE EMOŢIEI

Fiziologică • Emoţia cauzează modificări ale stărilor fiziologice, ca, de exemplu, presiunea sanguină, ritmul respiraţiei şi nivelul hormonilor

Cognitivă • La nivel cognitiv, etichetăm consecinţele fiziologice ale emoţiei, pentru a identifica o anumită stare emoţională

Comportamentală • Emoţiile au tendinţe de acţiune care ne determină să ne comportăm în anumite moduri

Socială şi culturală • Emoţiile pe care le trăim şi le exprimăm sînt cauzate în parte de mesajele şi practicile sociale şi culturale pe care le-am învăţat

Emoţiile variază sub aspectul valenţei şi al intensităţii

Subiect de discuţie: Din perspectivă cognitivă, cineva poate afirma: „Mă simt bine pentru că sînt fericit". Totuşi, din perspectivă fiziologică, ar fi mai corectă afirmaţia: „Sînt fericit pentru că mă simt bine". Cu alte cuvinte, procesele fiziologice care însoţesc o emoţie sînt responsabile în mare parte pentru valenţa emoţiei.

Deşi o experienţă emoţională este simultan şi o experienţă fiziologică, cognitivă, comportamentală şi socioculturală, emoţiile nu se compun din exact aceleaşi combinaţii ale acestor patru dimensiuni. În această secţiune, vom analiza cele două variabile care disting fiecare experienţă emoţională: valenţa şi intensitatea.

valenţă Caracter pozitiv sau negativ al unei emoţii.

EMOŢIILE VARIAZĂ SUB ASPECTUL VALENŢEI. Modul fundamental de clasificare a emoţiilor este probabil din perspectiva **valenţei** lor, cu alte cuvinte, caracterul lor pozitiv sau negativ. Multe emoţii - precum bucuria, iubirea şi recunoştinţa - au o valenţă pozitivă. În consecinţă, în general ne face plăcere să le simţim. Alte emoţii - de exemplu, mînia, teama şi dispreţul - au o valenţă negativă. În general, aceste experienţe emoţionale ni se par neplăcute.

În ambele cazuri, procesele fizice asociate cu aceste emoţii determină în mare parte de ce anume ni se par plăcute sau neplăcute. De exemplu, o emoţie cu valenţe pozitive cum este iubirea generează relaxare, diminuează stresul şi amplifică producţia de hormoni care determină starea de bine, ca de exemplu oxitocina şi dopamina[69]. În schimb, o emoţie cu valenţe negative cum este mînia generează anxietate, creşte presiunea sangvină şi determină creşterea nivelului hormonilor de stres precum cortizolul[70].

Putem clasifica *majoritatea* emoţiilor ca avînd fie valenţe pozitive, fie negative, dar nu pe toate. O excepţie este emoţia numită surpriză, considerată în general ca avînd o valenţă neutră[71]. Cînd o surpriză ne înveseleşte, ca, de exemplu, o mărire generoasă de salariu, trăim experienţa surprizei drept una pozitivă. Cînd o surpriză ne întristează, ca, de exemplu, o notă dezamăgitoare, trăim experienţa ei drept una negativă. În ambele cazuri, *obiectul* surprizei - mărirea de salariu sau nota - şi nu emoţia suprizei în sine creează valenţa pozitivă sau negativă.

EMOŢIILE VARIAZĂ ÎN INTENSITATE. Totodată, emoţiile variază şi sub aspectul intensităţii sau forţei. De exemplu, cînd Jerome a primit cîteva mesaje prin mesageria vocală de la ofiţerul de credite de la banca sa, a simţit anxietate cu privire la semnificaţia lor, deoarece rămăsese în urmă cu plata ratelor ipotecii. Cînd l-a sunat pe ofiţerul de credite şi a fost rugat să se prezinte imediat la bancă, Jerome a fost îngrijorat cu privire la ce veşti ar putea primi. Aflînd că banca luase decizia de a-i confisca locuinţa, Jerome s-a simţit cu adevărat îngrozit cu privire la unde anume avea să locuiască. Anxietatea, îngrijorarea şi spaima sînt toate forme ale aceleiaşi emoţii - teama, dar diferă una de alta în intensitate. Anxietatea este o formă uşoară de teamă, îngrijorarea este o formă de intensitate moderată, iar spaima este o formă foarte intensă. La fel, unele experienţe vă pot irita, altele vă pot enerva iar altele vă pot înfuria. Toate acestea sînt forme ale mîniei, dar intensitatea lor diferă.

Subiect de discuţie: Ca punct de plecare al conversaţiei, cereţi-le studenţilor să identifice forme blînde, moderate şi foarte intense ale altor emoţii, precum bucuria, tristeţea sau surpriza.

Cînd experienţele emoţionale devin extrem de intense, ele pot fi incapacitante, adică ne afectează capacitatea de a funcţiona. De exemplu, cînd sînteţi îngrozit sau furios, intensitatea acestor emoţii vă poate împiedica să gîndiţi sau să vă comportaţi raţional. De asemenea, vă

poate diminua capacitatea de a comunica ciar cu alte persoane, deoarece puteţi fi copleşit de emoţii. Cînd vă daţi seama că intensitatea emoţiilor vă împiedică să funcţionaţi normal, este important să recunoaşteţi că nu vă controlaţi gîndurile sau comportamentele. În astfel de cazuri, ar trebui să solicitaţi ajutorul unei persoane în care aveţi încredere. Vestea bună este că intensitatea emoţională extremă durează rareori foarte mult, astfel încît, dacă aveţi pe cineva care vă poate ajuta pe parcursul respectivei experienţe emoţionale, vă veţi da seama în curînd că nu mai sînteţi incapacitat.

Emoţiile se manifestă sub forme primare şi secundare

Poate vă vin în minte momente în care nu aţi fost sigur ce emoţii simţiţi. O explicaţie ar fi faptul că unele experienţe emoţionale reprezintă combinaţii de alte emoţii. Poate că aţi învăţat despre culorile primare – roşu, galben şi albastru – cînd eraţi copil. Sînt numite *primare* pentru că nu sînt derivate din alte culori. Totuşi, cînd le combinaţi, obţineţi culori *secundare*: din roşu şi albastru – violet, din albastru şi galben – verde, din galben şi roşu – portocaliu. În unele privinţe, emoţiile sînt la fel. Cercetătorii consideră că anumite emoţii sînt **emoţii primare**, adică sînt experienţe emoţionale distincte, nu combinaţii de alte emoţii[72].

O trăsătură importantă a emoţiilor primare este faptul că oamenii le simt şi le exprimă fundamental la fel, în diverse culturi. Psihologul Paul Ekman a postulat că şase dintre emoţiile pe care le-am analizat pînă acum în acest capitol sînt emoţii primare: bucuria, tristeţea, mînia, teama, surpriza şi dezgustul[73]. Cum şi-a dat seama de acest lucru? Observînd că oameni dintr-o mare varietate de culturi – inclusiv culturile care nu au o cultură scrisă, asupra cărora lumea occidentală exercită o influenţă minimă – codifică şi decodifică în mod asemănător aceste emoţii[74]. De exemplu, în orice societate cunoscută, zîmbetul înseamnă bucurie, încruntarea înseamnă tristeţe, iar privirea ameninţătoare înseamnă mînie. De asemenea, cercetătorii au descoperit că emoţiile primare au fundamental aceleaşi cauze pretutindeni[75]. De exemplu, oamenii din toate culturile manifestă surpriză cînd se întîmplă evenimente neaşteptate, simt bucurie cînd au loc evenimente pozitive, simt teamă cînd cred că este pe cale să se întîmple ceva rău şi simt tristeţe cînd se petrec evenimente negative.

> **emoţii primare** Experienţe emoţionale distincte, care nu constau din combinaţii de alte emoţii.

> *Oamenii din toate culturile cunoscute manifestă bucurie ca reacţie la evenimentele pozitive, de exemplu, revederea cu o persoană iubită. Similarităţile culturale în această privinţă şi sub aspectul altor experienţe emoţionale sugerează că emoţiile nu sînt influenţate intens de cultură; mai degrabă ar putea fi înnăscute.*

Faptul că oamenii simt şi exprimă emoţii primare în mod asemănător în diverse culturi sugerează că emoţiile primare nu sînt influenţate intens de cultură, ci mai degrabă ar putea avea un caracter înnăscut, ceea ce înseamnă că ne naştem cu tendinţa de a simţi şi de a exprima emoţiile primare în anumite moduri. Dacă lucrurile stau astfel, atunci emoţiile primare tind să fie influenţate în mod direct de structurile biologice. *Sistemul limbic* al corpului coordonează modul în care creierul şi sistemul nervos controlează emoţia şi motivaţia. Cînd vă exprimaţi o emoţie primară, sistemul limbic – şi îndeosebi corpul amigdalian – este implicat în mod activ[76].

Există *unele* variaţii culturale în ceea ce priveşte emoţiile considerate a fi primare. Convingerile tradiţionale hinduse propun nouă emoţii primare, printre care amuzamentul, tristeţea, teama, mînia, mirarea, perseverenţa, dezgustul, seninătatea şi pasiunea sexuală[77]. Cultura tradiţională chineză recunoaşte la rîndul ei ca emoţii primare ruşinea şi „iubirea tristă” (iubirea pentru partenerii anteriori). Totuşi, în cea mai mare parte, emoţiile primare sînt mai degrabă asemănătoare decît diferite, de la o cultură la alta.

Emoțiile primare se pot combina în diverse moduri pentru a genera **emoţii secundare**. Un exemplu bun este gelozia, care, după cum am văzut, este o combinaţie de trei emoţii primare: mînie, teamă şi tristeţe[78]. Multe alte emoţii sînt la rîndul lor combinaţii de emoţii primare; printre ele se numără remuşcarea (o combinaţie de tristeţe şi dezgust), dispreţul (dezgust şi mînie) şi veneraţia (surpriză şi teamă)[79].

➲ **emoţii secundare** Emoţii compuse din combinaţii de emoţii primare.

Dacă desemnăm aceste emoţii drept secundare, nu înseamnă că sînt mai puţin importante decît emoţiile primare. Ulterior, pe parcursul acestui capitol, vom explora modul în care multe emoţii secundare joacă roluri centrale în comunicarea în cadrul relaţiilor personale. A caracteriza o emoţie drept secundară înseamnă doar că este alcătuită dintr-o combinaţie de emoţii primare.

Cercetarea în prim-plan: Cercetătorii nu sînt de acord în privința numărului emoțiilor primare, nici în privința identificării lor. Totuși, aproape toate listele cuprind teama, tristețea, surpriza, mînia și bucuria. De asemenea, studiile au relevat faptul că asemănările dintre culturi sub aspectul manifestărilor emoțiilor (cel puțin al expresiilor faciale ale emoțiilor) sînt mai mari în cazul anumitor emoții, spre deosebire de altele. Conform unui studiu, cele mai multe asemănări se înregistrează în cazul manifestărilor bucuriei, iar cele mai puține asemănări în cazul manifestărilor asociate cu surpriza și dezgustul[ii].

[ii]Russel, J.A. (1994). Is there universal recognition of emotion from facial expression? *Psihological Bulletin*, 115, pp. 102-141.

Uneori emoțiile sînt metaemoții

Vă place să vizionaţi filme de groază? V-a fost vreodată jenă pentru că aţi fost gelos pe cineva? V-aţi simţit entuziasmat pentru că eraţi îndrăgostit sau vinovat din cauză că nu aţi fost destul de trist cînd s-a întîmplat o tragedie? Dacă aţi răspuns afirmativ la oricare dintre aceste întrebări, atunci vă amintiţi experienţa metaemoţiilor. Vă amintiţi poate din capitolele anterioare că metacomunicarea înseamnă a comunica despre comunicare. La fel, cînd cercetătorii folosesc termenul **metaemoţie**, ei se referă la emoţii cu privire la alte emoţii[80]. Dacă simţiţi bucurie datorată temerii controlate induse de un film de groază, de exemplu, simţiţi o emoţie (bucurie) datorată alteia (teamă). Prin urmare, bucuria dumneavoastră este o metaemoţie. Dacă vă simţiţi stînjenit din cauza geloziei, atunci stînjeneala, incitarea şi vinovăţia sînt toate metaemoţii[81].

➲ **metaemoție** O emoție legată de o altă emoție.

Printre metaemoţii se numără cum ne simţim cu privire la emoţiile altor oameni, precum şi faţă de propriile noastre emoţii. Poate că v-a uimit mînia unui coleg de serviciu, aţi fost îngrijorat din cauza depresiei unui prieten sau v-a înveselit bucuria unui copil. Surpriza, îngrijorarea şi veselia sînt metaemoţii, la rîndul lor, deşi sînt sentimente cauzate de emoţiile altor persoane, mai degrabă decît de ale dumneavoastră.

Metaemoţiile sînt importante deoarece ne ajută să înţelegem şi să reflectăm cu privire la emoţiile pe care noi şi alţii le simţim sau nu le simţim. Dacă mă simt vinovat pentru că nu sînt trist cînd are loc un eveniment tragic, atunci cu siguranţă cred că *ar trebui* să mă simt trist, deşi nu mă simt. Prin urmare, vinovăţia mea mă determină să reflectez la ce anume înseamnă tragedia respectivă pentru mine, de ce nu mă simt mai trist în legătură cu ea şi de ce cred că ar trebui să mă simt mai rău. În acest proces, pot ajunge să-mi înţeleg mai bine propriile emoţii. La fel, dacă sînt surprins de mînia unui coleg de serviciu, surpriza mea mă poate determina să analizez ce emoţii m-am aşteptat să aibă colegul de serviciu şi de ce acesta a reacţionat în schimb prin mînie. Drept consecinţă a reflectării la metaemoţii, pot deveni mai receptiv la experienţele emoţionale ale altora, precum şi la ale mele proprii[82].

ÎNVĂȚAȚI Dați cîteva exemple de dimensiuni fiziologice, cognitive, comportamentale și socioculturale ale emoțiilor. Care este diferența dintre valența unei emoții și intensitatea ei? Cum vă dați seama dacă o emoție are caracter primar sau secundar? Care ar fi cîteva exemple de metaemoții?

APLICAȚI Capacitatea de a interpreta valența și intensitatea manifestărilor emoționale este importantă, din perspectiva interacțiunii cu alte persoane. Căutați în ziare și reviste fotografii care surprind exprimarea unor emoții diferite. Pentru fiecare, stabiliți dacă emoția este pozitivă sau negativă și dacă are o intensitate slabă, moderată sau puternică. Comparați evaluările dumneavoastră privind valența și intensitatea cu cele făcute de alții. Acest tip de exercițiu vă va ajuta să recunoașteți manifestările emoționale cînd le întîlniți la alte persoane.

REFLECTAȚI Cînd aveți dificultăți legate de identificarea unei emoții pe care o simțiți? Ce modificări fizice observați cînd simțiți o emoție intens pozitivă?

3. Influențe asupra trăirii și exprimării emoțiilor

Felul în care trăim și ne exprimăm emoțiile este influențat de cîteva variabile. Printre aceste influențe se numără fondul cultural, regulile de manifestare, tehnologia, contagiunea emoțională, sexul și genul, personalitatea și inteligența emoțională.

Cultura

Deși oamenii din întreaga lume manifestă aceeași diversitate de emoții, practicile culturale modelează exprimarea anumitor emoții. De exemplu, culturile colectiviste precum cele din India și Japonia îi descurajează pe oameni să-și exprime emoțiile negative față de membrii propriilor lor culturi, dar aprobă adesea emoțiile negative direcționate către membrii altor culturi[83]. Acest tipar este inversat în culturile individualiste, de exemplu, cele din Statele Unite și Canada, care uneori descurajează exprimarea emoțiilor negative față de persoanele din alte culturi, dar le permit adesea cînd sînt direcționate către membri ai propriei culturi[84].

Exercițiu de redactare: Un exercițiu relevant ar fi ca studenții să scrie despre o experiență în care au interacționat cu o persoană al cărei fond cultural era diferit de al lor, specificînd ce anume își amintesc despre expresivitatea emoțională a persoanei respective. Puteți sublinia că așteptarea ca persoanele din alte culturi să-și exprime emoțiile în același mod ca noi amplifică probabilitatea interpretării greșite.

Chiar și în Statele Unite, grupurile culturale se diferențiază sub aspectul exprimărilor emoționale. De exemplu, americanii de origine chineză reflectă adesea valorile chinezești tradiționale ale moderației și ale controlului emoțional, fiind mai rezervați în dezvăluirea emoțiilor pozitive și negative decît americanii de origine europeană[85]. În schimb, cultura tradițională mexicană îi încurajează pe oameni să-și exprime emoțiile în mod deschis, astfel încît americanii de origine mexicană tind, în medie, să-și dezvăluie emoțiile într-un mod mai evident decît americanii de origine europeană[86].

GEOGRAFIA. Un factor care, în mod curios, pare să influențeze diferențele culturale privind expresia emoțională este geografia. În 1748, gînditorul politic francez Charles de Secondat Montesquieu a postulat că oamenii care trăiesc într-un climat cald își exprimă sentimentele într-un mod mai deschis decît persoanele care trăiesc într-un climat rece[87]. Studiile contemporane au demonstrat că acest lucru este adevărat. Într-un sondaj la care au participat aproximativ 3.000 de studenți din 26 de țări, psihologii James Pennebaker, Bernard Rimé și Virginia Blankenship au descoperit că persoanele din zonele sudice ale țărilor sînt mai expresive sub aspect emoțional decît cele din regiunile nordice[88]. Alte studii au relevat că, în Statele Unite, persoanele din sud se ating unele pe altele mai frecvent decît persoanele din nord[89].

Montesquieu a postulat că oamenii care trăiesc în climatele calde sînt mai expresivi din punct de vedere emoțional decît cei care trăiesc în climate reci, iar studiile contemporane vin în sprijinul acestei idei.

Cum se explică această tendinţă? Montesquieu a argumentat că vremea caldă determină relaxarea pielii, care le permite terminaţiilor nervoase să fie mai receptive la durere, plăcere şi alte senzaţii. El credea că această sensibilitate sporită îi determină pe oameni să fie mai atenţi la ceea ce simt şi, prin urmare, mai dispuşi să-şi exprime sentimentele. Comparativ, vremea rece inhibă sensibilitatea nervilor, determinîndu-i pe oameni să acorde mai puţină atenţie diverselor senzaţii şi, prin urmare, să exprime într-o mai mică măsură ceea ce simt.

SUBCULTURILE. Şi subculturile influenţează modul în care gestionăm emoţiile. Unele subculturi îi încurajează pe oameni să-şi analizeze emoţiile în mod direct şi să şi le exprime liber. De exemplu, o subcultură artistică precum un grup de actori sau o comunitate de sculptori ar putea încuraja capacitatea de exprimare şi de a reacţiona la emoţii, deoarece valorizează crearea şi aprecierea acestor forme de artă.

Alte subculturi îi descurajează însă pe oameni să îşi gestioneze în mod deschis emoţiile. Un astfel de exemplu ar fi faptul că mulţi militari care se întorc din misiunile active de luptă evită să apeleze la tratament pentru tulburarea de stres posttraumatic, deoarece consideră că subcultura militară stigmatizează un astfel de tratament. Tulburarea de stres posttraumatic este o tulburare anxioasă pe care o manifestă unele persoane după ce au experienţa unui eveniment extrem de traumatizant, ca, de exemplu, conflictele militare sau un dezastru natural. Într-un studiu despre soldaţii care se întorc în Statele Unite după ce au luptat în Irak şi Afghanistan, cercetătorii din domeniul medical au descoperit că 77% dintre persoanele cu simptome de stres posttraumatic refuzau tratamentul, menţionînd drept cauză principală teama de a nu fi stigmatizaţi de alţi militari[90]. Aceste rezultate sînt semnificative, deoarece tulburarea de stres posttraumatic netratată poate cauza adesea alte probleme, printre care abuzul de droguri şi alcool.

Reguli de manifestare

Subiect de discuţie: Regulile privind manifestările emoţionale influenţează exprimarea emoţiilor, dar nu şi felul în care sînt simţite.

➲ **reguli de manifestare** Coduri nescrise care reglementează felul în care oamenii îşi gestionează şi îşi exprimă emoţiile.

Un alt factor care influenţează exprimarea emoţiilor este ceea ce psihologii Paul Ekman şi Wallace Friesen numesc reguli de manifestare[91]. **Regulile de manifestare** includ cinci coduri nescrise care guvernează modalităţile în care oamenii îşi gestionează şi îşi exprimă emoţiile şi variază în funcţie de situaţia socială a unei persoane. Printre regulile de manifestare se numără:

- *Intensificarea*: Exagerarea emoţiei, ca să pară că o simţiţi mai intens decît în realitate. De exemplu, vă prefaceţi că sînteţi extrem de bucuros că vedeţi o veche cunoştinţă la un eveniment, dar de fapt acest lucru vi se pare doar relativ plăcut. În acest caz, vă intensificaţi emoţia, ca să faceţi cunoştinţa respectivă să se simtă bine.
- *Diminuarea*: Opusul intensificării – cu alte cuvinte, minimalizarea unei emoţii, pentru a crea impresia că o simţiţi mai puţin intens decît în realitate. Poate sînteţi extrem de nervos faţă de un coleg de serviciu pentru că nu a respectat un termen-limită, dar în prezenţa şefului dumneavoastră decideţi că este mai bine să păreţi doar puţin iritat. În situaţia respectivă, vă diminuaţi emoţia, pentru a fi politicos sau pentru a evita să-i afectaţi reputaţia colegului.
- *Simularea*: Adoptarea unui comportament care arată că simţiţi o emoţie pe care de fapt nu o trăiţi. Poate că nu vă pasă prea mult de veştile bune pe care vi le dă vecinul, dar vă prefaceţi că sînteţi bucuros cînd vi le spune, pentru că vreţi să creaţi impresia că sînteţi alături de el.
- *Inhibarea*: Opusul simulării – cu alte cuvinte, vă comportaţi ca şi cum aţi fi indiferent sau lipsit de emoţii, cînd de fapt simţiţi o emoţie. De exemplu, puteţi fi gelos cînd vă

vedeți partenerul flirtînd cu altcineva, dar alegeți să vă comportați ca și cum acest lucru nu v-ar deranja, pentru că nu vreți ca persoana cealaltă să vă considere vulnerabil.

- *Deghizarea*: Exprimarea unei emoții, cînd de fapt simțiți o emoție complet diferită. Puteți fi trist și iritat cînd fiul sau fiica dumneavoastră pleacă la facultate, dar vă comportați ca și cum ați fi fericit, ca să nu-i afectați entuziasmul.

În afara sălii de curs: Cereți-le studenților să monitorizeze situațiile în care apelează la simulare, inhibare sau deghizare, într-un interval de o săptămînă. În fiecare caz, spuneți-le să-și noteze comportamentul și motivul pentru care au folosit una dintre aceste reguli de manifestare. Probabil că studenții vor descoperi că folosesc aceste strategii mai des decît ar fi estimat.

Alte exemple ale celor cinci reguli de manifestare postulate de Ekman și Friesmen sînt prezentate în secțiunea „Pe scurt".

PE SCURT • REGULI DE MANIFESTARE EMOȚIONALĂ

Intensificare • Vă comportați ca și cum ați fi îngrozit, cînd de fapt sînteți doar puțin îngrijorat
Diminuare • Vă comportați ca și cum ați fi puțin îngrijorat, cînd de fapt sînteți îngrozit
Simulare • Vă comportați ca și cum ați fi îngrozit, cînd de fapt ceva vă este indiferent
Inhibarea • Vă comportați ca și cum ceva v-ar fi indiferent, cînd de fapt sînteți îngrozit
Deghizarea • Vă comportați ca și cum ați fi îngrozit, cînd de fapt sînteți trist

Tehnologia

Mulți oameni folosesc un dispozitiv tehnologic – de exemplu, un iPad sau un BlackBerry – atît de des, încît nu conștientizează influența tehnologiei asupra modului în care simt sau își exprimă emoțiile. De fapt, tehnologia influențează comportamentele emoționale în cel puțin trei moduri.

În primul rînd, după cum am observat în capitolul 6, tehnologiile comunicaționale bazate pe text, ca, de exemplu, e-mailul sau mesajele scrise, nu ne permit să vedem sau să auzim indiciile nonverbale ale emoției manifestate de partenerul de comunicare. Cu alte cuvinte, nu putem face apel la expresiile faciale ale persoanei sau tonalitatea vocii, ca să ne dăm seama ce anume simte aceasta. Totuși, există alte mijloace de reprezentare a emoției în cadrul textului. Printre acestea se numără folosirea emoticoanelor, care sînt reprezentări bazate pe text ale expresiilor faciale, ca, de exemplu, :) pentru o față veselă și :/ pentru o expresie de confuzie. Aceste mijloace includ și integrarea în text a unor afirmații despre emoțiile proprii. Uneori le folosim într-o manieră abreviată, de exemplu, scriem „bn" pentru a transmite de fapt „bine". Astfel, compensăm limitările formelor de comunicare bazate pe canale ce nu permit transmiterea multor modalități de exprimare a emoțiilor.

Tehnologiile de comunicare influențează modul în care simțim și ne exprimăm emoțiile.

A doua modalitate prin care tehnologia ne influențează trăirea și exprimarea emoțiilor este amplificarea oportunităților de comunicare a emoțiilor. Rețelele online de socializare precum Facebook și MySpace ne permit să ținem legătura cu prietenii actuali sau să restabilim contactul cu prieteni vechi. Astfel, tehnologia ne oferă în permanență șansa de a le comunica altora experiențe pozitive și negative din existența noastră.

În plus, cînd traversăm experiențe emoționale dificile, internetul ne oferă șanse multiple de a discuta despre acestea cu alte persoane care au parcurs astfel de încercări. Putem găsi chat-roomuri online și grupuri de suport pentru o diversitate amplă de experiențe emoționale, incluzînd pierderea unei persoane iubite, gestionarea pierderii locului de muncă sau a unei boli grave și obligația de a îngriji o rudă în vîrstă.

Subiect de discuție: Uneori, o recomandare bună ar fi să evităm comunicările bazate pe mesaje-text, cînd transmitem emoții intense. Deoarece aceste tehnologii se bazează pe canale de transmitere sărace în informații, posibilitatea interpretărilor greșite este foarte mare.

Pe astfel de site-uri, oamenii îşi comunică emoţiile legate de situaţia respectivă altor persoane despre care ştiu că le pot înţelege şi ascultă experienţele altora. În astfel de moduri, Internetul creează multe oportunităţi de a ne împărtăşi emoţiile cu alte persoane.

Cercetarea în prim-plan: Ca exemplu de efect de contagiune, oamenii au o tendinţă foarte mare de a căsca atunci cînd se află în preajma cuiva care cască. Deşi căscatul este mai degrabă un comportament decît o emoţie, efectul „contagiunii căscatului" este mai amplu în cazul persoanelor care înregistrează scoruri mai mari la testele care măsoară empatia, fapt care sugerează că imităm căscatul altei persoane ca modalitate de a empatiza cu aceasta[iii].

[iii] Platek, S. M., Mohamed, F.B., Gallup, G.G. Jr. (2005). Contagious yawning and the brain. *Cognitive Brain Research*, 23, pp. 448-452.

În cele din urmă, simţim şi comunicăm emoţii legate chiar de tehnologie. Vă amintiţi probabil sentimentele de anxietate sau de frustrare din momentele în care vi s-a stricat calculatorul sau nu aţi avut semnal pe telefonul mobil. De asemenea, poate ţineţi minte sentimentele de entuziasm şi bucurie avute cînd aţi văzut prima oară o tehnologie nouă, de exemplu, un televizor cu ecran plat sau un iPod. Studiile confirmă faptul că multe persoane simt emoţii intense şi autentice cînd interacţionează cu tehnologia[92]. Uneori, emoţiile respective ne afectează chiar relaţiile cu alte persoane. Probabil că vă puteţi aminti momente în care v-aţi simţit mai aproape de cineva în timp ce vă uitaţi împreună la televizor sau jucaţi un joc video, de exemplu[93]. În toate aceste moduri, tehnologia influenţează modul în care trăim emoţiile - prin urmare şi felul în care le comunicăm celorlalţi.

Conect@ţi-vă

CONTAGIUNEA EMOŢIONALĂ ÎN CYBERSPAŢIU

O presupunere comună privind comunicarea mediată de calculator este că aceasta ne inhibă capacitatea de a empatiza şi de a imita experienţele emoţionale ale partenerilor noştri de conversaţie. Nefiind capabili să le vedem faţa sau să le auzim vocea, putem oare descifra într-adevăr emoţiile celorlalţi, atunci cînd interacţionăm cu ei prin mesajele instant, de exemplu?

Pentru a afla acest lucru, o echipă de cercetători au indus tristeţea unui grup de studenţi, prin vizionarea unui film trist. Fiecare student a interacţionat apoi cu un partener, purtînd o conversaţie online de 15 minute prin mesaje instant. În comparaţie cu studenţii cărora nu li se indusese tristeţea, cercetătorii au descoperit că:

- *Participanţii trişti comunicau într-o manieră mai deprimată.* Studenţii cărora li se indusese tristeţea au folosit mai puţine cuvinte, au utilizat mai mulţi termeni asociaţi cu tristeţea şi au făcut schimb de mesaje într-un ritm mai lent.
- *Partenerii participanţilor trişti le-au detectat tristeţea.* Partenerii de conversaţie ai studenţilor cărora li se indusese tristeţea au tins într-o măsură mai mare să-şi descrie starea emoţională ca fiind negativă.
- *Partenerii participanţilor trişti au simţit ei înşişi tristeţe.* Cel mai important fapt, poate: a existat contagiune emoţională. Tristeţea studenţilor a fost transferată partenerilor lor de conversaţie, care, la rîndul lor, au declarat că simţeau un nivel ridicat de tristeţe la finalul convesaţiei.

Deşi comunicarea mediată de calculator blochează accesul la unii dintre indicii noverbali pe care îi folosim pentru a comunica emoţia, astfel de studii sugerează că sîntem capabili să depăşim aceste limite suficient de bine pentru a fi susceptibili la contagiunea emoţională în cyberspaţiu.

Sursa: Hancock, J.T., Gee, K., Ciaccio, K., Lin, J.M.-H. (2008, noiembrie). *I'm sad you're sad: Emotional contagion in CMC.* Lucrare prezentată la conferinţa organizată de Association for Computing Machinery pe tema lucrului în cooperare bazat pe calculator, San Diego.

Contagiunea emoţională

Emoţiile pe care le simţim şi le exprimăm sînt influenţate nu numai de moştenirea noastră culturală, ci şi de emoţiile pe care persoanele din jurul nostru le simt şi le exprimă în orice

situaţie. Acest proces, numit **contagiune emoţională**, implică tendinţa de a imita experienţele şi manifestările altor persoane[94]. De exemplu, poate că aţi observat că atunci cînd în grupul dumneavoastră se află cineva nefericit, nu peste mult timp toată lumea este nefericită, aceasta din cauză că emoţiile sînt „contagioase din perspectivă socială". Prin urmare, cînd sînteţi alături de o persoană veselă puteţi deveni mai vesel, iar cînd vă aflaţi lîngă o persoană anxioasă puteţi ajunge să vă simţiţi agitat[95]. După cum reiese din caseta „Conectaţi-vă", contagiunea emoţională poate avea loc şi pe parcursul comunicării online. Unele studii sugerează că efectul contagiunii emoţionale este mai intens în cazul emoţiilor negative decît în cazul celor pozitive, dar alte studii au arătat că şi emoţiile pozitive, şi cele negative sînt la fel de contagioase[96].

contagiune emoţională Tendinţă de a imita experienţele şi manifestările emoţionale ale altor persoane.

Sexul şi genul

Subiect de discuţie: Dacă există motive biologice pentru care femeile şi bărbaţii se diferenţiază sub aspectul experienţelor emoţionale, cum putem explica deosebirile dintre ei în privinţa exprimării emoţiilor? Care sînt unele dintre variatele modalităţi de explicare a acestei diferenţe?

Sexul biologic şi rolurile de gen influenţează atît experienţa, cît şi exprimarea emoţiilor. De exemplu, studiile relevă că bărbaţii tind într-o măsură mai mare decît femeile să afirme că au simţit emoţii de ostilitate, precum mînia, într-o diversitate de culturi. În schimb, femeile tind mai degrabă decît bărbaţii să afirme că au simţit emoţii de teamă, tristeţe, ruşine şi vinovăţie[97]. Consecvenţa acestor descoperiri în cazul mai multor culturi sugerează că astfel de diferenţe dintre sexe sub aspectul experienţelor emoţionale pot avea o cauză biologică[98].

De asemenea, femeile şi bărbaţii diferă şi sub aspectul modului în care îşi exprimă o serie de emoţii. De exemplu, cîteva studii au relevat că femeile au o tendinţă mai mare decît bărbaţii să exprime emoţii pozitive, cum ar fi bucuria[99] şi afecţiunea[100]. De asemenea, femeile manifestă o tendinţă mai mare de a exprima tristeţe şi depresie[101]. Unele studii arată că bărbaţii tind într-o măsură mai mare decît femeile să-şi exprime mînia cînd o resimt[102], dar alte studii nu au reuşit să releve o astfel de diferenţă[103].

Există diferenţe între sexe sub aspectul geloziei? O emoţie în privinţa căreia femeile şi bărbaţii pot prezenta diferenţe legate atît de trăirea ei, cît şi de exprimarea ei este gelozia. O serie de studii au relevat că în relaţiile personale bărbaţii prezintă o tendinţă mai mare decît femeile de a trăi *gelozia sexuală* (cauzată de interacţiunea sexuală a unui partener cu o altă persoană), în timp ce femeile tind mai degrabă să simtă *gelozia emoţională* (determinată de conexiunea emoţională a unui partener cu o altă persoană)[104]. Conform studiilor, diferenţele dintre sexe, în mai multe culturi[105], indică şi faptul că femeile şi bărbaţii prezintă tipare diferite ale activităţii cerebrale atunci cînd îşi imaginează infidelitatea sexuală şi emoţională[106]. Alte studii au arătat că bărbaţii sînt mai înclinaţi decît femeile să-şi exprime gelozia prin comportamente precum confruntarea rivalului, agresivitatea sau promiscuitatea sexuală cu alte partenere, în încercarea de a recîştiga partenera prin cadouri sau ruperea relaţiei[107]. În schimb, femeile tind să-şi exprime gelozia prin comportamente precum îmbunătăţirea aspectului fizic propriu, apelarea la sprijin din partea altora, solicitarea unei fidelităţi sporite a partenerului şi încercarea de a-l face pe partener gelos la rîndul lui[108].

Femeile şi bărbaţii diferă adesea sub aspectul modului în care simt gelozia. Conform cîtorva studii, femeile tind mai degrabă să se simtă geloase cînd partenerii lor sînt infideli din punct de vedere emoţional, dar bărbaţii sînt geloşi într-o măsură mai mare cînd partenerele lor dau dovadă de infidelitate sexuală.

Totuşi, nu toate studiile vin în sprijinul acestor diferenţe dintre sexe în ceea ce priveşte gelozia. Unele studii sugerează că diferenţele observate reflectă neajunsuri ale metodologiei de evaluare a geloziei[109]. Alte studii relevă faptul că ambele sexe manifestă o mînie mai intensă

Cercetarea în prim-plan: O descoperire care contrazice intuiţia privind rolurile de gen constă în faptul că masculinitatea este asociată în mod pozitiv cu exprimarea afecţiunii, ceea ce înseamnă că persoanele mai masculine sînt mai afectuoase decît cele mai puţin masculine[iv]. Care ar putea fi explicaţia?

[iv]Floyd, K. (2006). *Communicating affection: interpersonal behavior and social context.* Cambridge: Cambridge University Press.

Despre materiale media: În filmul *American Beauty* (1999) apare ca personaj un tată, fost puşcaş marin (interpretat de Chris Cooper), a cărui hipermasculinitate îl împiedică să-şi exprime orice emoţie, cu excepţia mîniei.

faţă de infidelitatea sexuală, dar sînt mai profund rănite de infidelitatea emoţională[110]. Alte studii arată că femeile şi bărbaţii diferă atunci cînd îşi imaginează cum *s-ar simţi* dacă un partener nu le-ar fi fidel, dar nu şi cînd îşi amintesc cum *s-au simţit* pe parcursul unei experienţe reale de infidelitate[111]. Cercetătorii vor continua probabil să mai studieze şi să dezbată diferenţele dintre sexe sub aspectul geloziei[112].

Rolurile de gen şi exprimarea emoţională. Exprimarea emoţiilor este influenţată de rolurile de gen şi de sexul biologic. Conform studiilor, persoanele care se consideră *androgine* (adică au atît trăsături feminine, cît şi masculine) sînt mai expresive din punct de vedere emoţional decît persoanele care se clasifică doar drept foarte masculine. Această descoperire pare să fie adevărată indiferent de tipul de emoţie manifestată. De asemenea, s-a constatat că persoanele androgine sînt mai expresive decît persoanele care sînt doar feminine, sub aspectul anumitor emoţii, ca, de exemplu, bucuria, tristeţea şi dezgustul[113].

De ce ar putea influenţa rolurile de gen exprimarea emoţiilor? În opinia unor cercetători, feminitatea tradiţională le încurajează pe femei să-şi exprime emoţiile care le ajută să-şi întemeieze relaţii (de exemplu, fericirea) şi care le fac să pară vulnerabile (de exemplu, tristeţea) şi să-şi inhibe emoţiile care le fac să pară dominatoare (cum ar fi mînia). În schimb, masculinitatea tradiţională pare să încurajeze bărbaţii să-şi exprime mînia, dar îi descurajează să-şi exprime majoritatea celorlalte emoţii[114]. Observaţiile cercetătorilor nu înseamnă că femeile şi bărbaţii comunică întotdeauna în aceste moduri. Totuşi, ele sugerează că rolurile tradiţionale de gen pot încuraja acest tip de diferenţiere.

Există dovezi conform cărora rolurile de gen influenţează nu numai exprimarea emoţiilor, ci şi trăirea acestora. De exemplu, un studiu arată că femeile extrem de feminine sînt mai înclinate decît femeile foarte masculine să simtă emoţii negative, cum ar fi vinovăţia, tristeţea, pesimismul şi antipatia faţă de sine. În schimb, bărbaţii foarte masculini tind mai degrabă decît bărbaţii foarte feminini să raporteze trăirea unor emoţii precum izolarea socială, insatisfacţia şi gîndurile suicidare[115]. În ambele cazuri, femeile foarte masculine şi bărbaţii foarte feminini au raportat emoţii mai pozitive.

Personalitatea

În capitolul 3 am analizat modul în care personalitatea exercită o influenţă profundă asupra multor aspecte ale existenţei. Experienţa emoţiilor nu constituie o excepţie. Conform studiilor, trei aspecte particulare ale personalităţii influenţează experienţa emoţiilor: abilitatea de a fi agreabil, extrovertirea şi nevrotismul[116].

Subiect de discuţie: Întrebaţi cîţi dintre studenţii dumneavoastră s-ar descrie ca fiind peste medie sub aspectul simpatiei pe care o generează. Un procent mare vor avea tendinţa să răspundă afirmativ. Prin definiţie, calitatea de a genera simpatie este o trăsătură dezirabilă sub aspect social, aşa că prejudecata de dezirabilitate socială îi determină de obicei pe oameni să-şi supraestimeze această trăsătură în ceea ce îi priveşte. Întrebaţi-i pe studenţi cine ar putea evalua mai obiectiv calitatea lor de a genera simpatie.

Calitatea de a fi agreabil este asociată cu cît de plăcut, tolerant şi cooperant sînteţi. În comparaţie cu persoanele obişnuite, oamenii foarte agreabili sînt mai fericiţi şi reuşesc să-şi gestioneze mai bine atît stresul, cît şi emoţiile, în general[117]. De asemenea, ei sînt mai înclinaţi să folosească stiluri constructive pentru gestionarea conflictelor şi sînt mai dispuşi să „piardă” o dispută pentru a menţine o relaţie cu cineva[118].

Extrovertirea se referă la cît de sociabil şi deschis sînteţi. Persoanelor extrovertite le fac plăcere interacţiunile sociale şi sînt adesea vorbăreţe, hotărîte şi entuziaste. Oamenii extrovertiţi tind să se concentreze asupra aspectelor pozitive ale altor persoane sau situaţii[119]. În consecinţă, probabil, persoanele extrovertite sînt mai fericite decît persoanele obişnuite, în medie[120].

În cele din urmă, *nevrotismul* este tendinţa de a avea gînduri negative despre sine. Spre deosebire de persoanele extrovertite, persoanele cu un grad ridicat de nevrotism tind să vadă aspectele cele mai neplăcute ale situaţiilor şi îşi concentrează în mare parte atenţia asupra evenimentelor negative[121]. Prin urmare, sînt mai susceptibile decît altele să manifeste emoţii negative precum mînia, vinovăţia, anxietatea şi depresia şi tind într-o măsură mai mică să afirme că sînt fericite[122]. De asemenea, îşi gestionează emoţiile cu mai puţin succes decît persoanele mai puţin nevrotice[123].

Cercetarea în prim-plan: Nevrotismul este asociat în mare măsură cu simptome ale depresiei clinice, conform studiilor*.

*Fergusson, D.M., Horwood, L.J., Lawton, J.M. (1989). The relationships between neuroticism and depressive symptoms. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 24, pp. 275-281.

Inteligenţa emoţională

Inteligenţa emoţională se referă la capacitatea unei persoane de a „pecepe şi exprima în mod adecvat emoţii, de a folosi emoţiile pentru a facilita gîndirea şi de a gestiona emoţiile în vederea dezvoltării emoţionale"[124]. Persoanele cu un grad ridicat de inteligenţă emoţională îşi conştientizează emoţiile, precum şi emoţiile altora, şi ţin cont de emoţiile lor cînd iau o decizie privind felul în care vor acţiona[125].

➲ inteligenţă emoţională Capacitatea de a percepe şi de a înţelege emoţii, de a folosi emoţiile pentru a facilita gîndirea şi de a gestiona emoţiile în mod constructiv.

Puţine studii au investigat asocierea dintre inteligenţa emoţională şi expresivitatea emoţională. Cele care s-au ocupat de acest lucru tind să raporteze că persoanele cu inteligenţă emoţională sporită sînt înclinate într-o măsură mai mare să exprime bunăvoinţă, afecţiune şi alte emoţii pozitive, în comparaţie cu persoanele cu un nivel mai redus de inteligenţă emoţională[126]. Ţinînd cont de ceea ce ştim în privinţa diferenţelor dintre sexe sub aspectul exprimării emoţiilor, este posibil să nu vă surprindă să aflaţi că femeile înregistrează scoruri mai mari decît bărbaţii la testele de evaluare a inteligenţei emoţionale[127].

Subiect de discuţie: Avertizaţi-i pe studenţi cu privire la acordarea unei importanţe prea mari unei singure evaluări. Amintiţi-le că această scală este doar una dintre evaluările inteligenţei lor emoţionale şi doar în acest moment. Ei pot învăţa mai multe despre inteligenţa emoţională pe site-ul www.unh.edu/emotional_intelligence/.

O serie de studii au relevat că inteligenţa emoţională este o calitate nu doar în contextul relaţiilor personale, ci şi în afaceri. De exemplu, vînzătorii cu inteligenţă emoţională mai mare realizează mai multe vînzări decît cei cu o inteligenţă emoţională mai redusă, indiferent dacă vînd asigurări[128], produse cosmetice[129] sau servicii de consultanţă[130]. Folosirea inteligenţei emoţionale drept criteriu pentru angajarea sau promovarea oamenilor în poziţii de conducere pare să le sporească succesul[131]. În plus, studiile sugerează că antrenarea managerilor deja existenţi în vederea dezvoltării inteligenţei emoţionale poate determina creşterea productivităţii şi diminuarea plîngerilor din partea angajaţilor[132].

Care este nivelul dumneavoastră de inteligenţă emoţională? Pentru a afla, efectuaţi testul scurt din caseta „Evaluaţi-vă aptitudinile".

Subiect de discuţie: Alexitimia seamănă cu tulburarea Asperger, o formă uşoară de autism care inhibă înţelegerea şi exprimarea emoţiilor. Totuşi, spre deosebie de Asperger, alexitimia este considerată o trăsătură a personalităţii, nu o tulburare psihologică.

O stare care inhibă inteligenţa emoţională este *alexitimia*, o trăsătură a personalităţii caracterizată printr-o relativă incapacitate de a înţelege, procesa şi descrie emoţiile[133]. Studiile arată că prevalenţa alexitimiei la populaţia generală este de aproximativ 5-9% şi că este la fel de frecventă la femei şi la bărbaţi[134]. Persoanele care manifestă alexitimie nu îşi înţeleg propriile

emoții și adesea par indiferente, distante și nepreocupate de sentimentele celorlalți[135]. În consecință, pot evita întemeierea relațiilor interpersonale apropiate[136]. În cazul persoanelor implicate deja în relații stabile, alexitimia poate afecta satisfacția în cadrul relației, împiedicîndu-i pe parteneri să înțeleagă ceea ce simte celălalt[137].

EVALUAȚI-VĂ APTITUDINILE

Ce nivel de inteligență emoțională aveți?

Citiți următoarele afirmații și indicați în ce măsură sînteți sau nu de acord cu fiecare, scriind în dreptul lor un număr între 1 și 10. Răspunsul 1 semnifică un dezacord total, iar 10 semnifică acordul dumneavoastră total.

1. Mă gîndesc la emoțiile mele și reflectez la ele.
2. Îmi pot exprima emoțiile față de ceilalți.
3. Înțeleg cauzele și efectele emoțiilor mele.
4. Îmi folosesc emoțiile pentru a-mi îmbunătăți relațiile.
5. Sînt capabil să simt atît sentimente pozitive, cît și negative.
6. Pot detecta cu acuratețe emoțiile pe care le simt alții.
7. Cunosc diferența dintre emoții și dispoziții.
8. Îmi pot reorganiza gîndurile pe baza a ceea ce simt.
9. Înțeleg cum se modifică emoțiile în timp.
10. Îmi pot gestiona eficient emoțiile proprii.

După ce ați terminat, însumați răspunsurile. Iată cum să interpretați răspunsurile:

- Dacă ați înregistrat un scor cuprins între 10 și 40, probabil că vă puteți îmbunătăți inteligența emoțională. Vă poate fi util să învățați mai multe despre acest subiect.
- Dacă ați înregistrat un scor cuprins între 41 și 70, aveți o inteligență emoțională moderată, adică dispuneți de abilitățile de a exprima și percepe emoțiile în mod adecvat, însă vă puteți îmbunătăți această capacitate.
- Dacă aveți un scor cuprins între 71 și 100, aveți o inteligență emoțională ridicată, care probabil vă avantajează în comunicarea personală cu ceilalți.

Sursa: adaptat după Mayer, J.D., Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? În P. Salovey, J.D. Sluyter (eds), *Emotional development and emotional intelligence* (pp. 3-31). New York: Basic Books.

ÎNVĂȚAȚI Prin ce se deosebesc oamenii din culturile individualiste și colectiviste în privința modului în care își exprimă emoțiile negative? Care sînt cele cinci reguli de manifestare a emoțiilor? Ce este contagiunea emoțională? Prin ce diferă femeile și bărbații sub aspectul exprimării emoțiilor? Ce aspecte ale personalității influențează emoția? Cum influențează alexitimia inteligența emoțională?

APLICAȚI Pentru a identifica influența rolurilor de gen asupra comunicării emoțiilor, efectuați o sesiune de brainstorming timp de cinci minute, împreună cu alți colegi, cu privire la emoțiile pe care femeile sînt încurajate și descurajate să le exprime, apoi procedați la fel și în cazul emoțiilor bărbaților. Ce tipare observați?

REFLECTAȚI În ce situații vă intensificați sau vă minimalizați manifestările emoționale? În ce moduri influențează rolul de gen modul în care simțiți și vă manifestați emoțiile?

4. Perfecționarea aptitudinilor de comunicare emoțională

Ca în cazul multor comportamente comunicaționale, ne putem gestiona exprimarea emoțiilor fie în moduri pozitive, fie în moduri negative. Negarea și suprimarea emoțiilor nu sînt sănătoase. De fapt, studiile medicale relevă că acestea pot cauza chiar o varietate de probleme de sănătate, printre care se numără astmul, afecțiunile cardiace și cancerul[138]. Pe de altă parte, nici o reacție exagerată la emoții nu vă face bine[139]. Cea mai bună strategie de gestionare a emoțiilor este găsirea unui echilibru între aceste două extreme. În această secțiune veți găsi cîteva sugestii pentru îmbunătățirea capacității de gestionare a manifestărilor emoționale în moduri productive.

Cercetarea în prim-plan: De exemplu, o reacție exagerată la mînie determină creșterea semnificativă a presiunii sanguine – uneori chiar cu 100 de puncte[v].

[v] Mayne, T.J., (1999). Negative affect and health: The importance of being earnest. *Cognition and Emotion*, 13, pp. 601-635.

Identificarea emoțiilor

Poate cea mai importantă aptitudine de comunicare emoțională pe care v-o puteți dezvolta este capacitatea de a recunoaște și de a identifica emoțiile pe care le simțiți[140]. Studiile arată că oamenii care pot identifica în mod corect emoția pe care o simt – fie că este vorba despre mînie, iritare, tristețe, rușine sau vinovăție, de exemplu – sînt cel mai bine echipați pentru a gestiona emoțiile în moduri productive[141].

Pentru a ilustra această perspectivă, să presupunem că un nou coleg de serviciu s-a alăturat echipei dumneavoastră și beneficiază de foarte multe laude și atenție din partea șefului dumneavoastră. În consecință, începeți să simțiți gelozie, care, după cum am văzut, reprezintă o combinație de mînie, tristețe și teamă. Ce s-ar întîmpla însă dacă ați recunoaște că simțiți doar mînie, nu și tristețe și teamă? În această situație, ați reacționa doar din perspectiva mîniei, poate vorbind dur cu șeful sau cu colegii dumneavoastră. De asemenea, nu ați gestiona teama de a nu mai fi preferatul șefului sau tristețea că alții s-ar putea simpatiza sau respecta colegul mai mult decît pe dumneavoastră. În consecință, tristețea și teama dumneavoastră ar rămîne fără reacție, iar modul în care vă exprimați mînia ar tinde să vă facă rău.

Dacă vi se pare dificil să vă identificați emoțiile într-o anumită situație, iată cel puțin trei tehnici care vă pot ajuta: ascultați-vă corpul, fiți atent la gîndurile dumneavoastră și analizați detaliat situația.

Subiect de discuție: În comparație cu bărbații, femeile se pot pricepe mai bine (în medie) să facă distincția între experiențele emoționale asemănătoare. De exemplu, femeile pot diferenția cu ușurință între experiențele de îndrăgostire, dorință, atracție și afecțiune, în timp ce bărbații tind mai degrabă să numească toate aceste experiențe „iubire".

Ascultați-vă corpul. În primul rînd, acordați atenție modului în care se comportă corpul dumneavoastră. Amintiți-vă că emoțiile determină modificări fiziologice. Deși diverse emoții pot avea efecte asemănătoare asupra corpului, dacă vă gîndiți cum reacționează corpul dumneavoastră la situație, acest lucru vă poate ajuta să stabiliți ce emoție simțiți. De exemplu, pe baza experienței dumneavoastră, probabil că știți deja că gelozia cauzează alte senzații la nivelul corpului, comparativ cu bucuria, dezgustul și surpriza. Prin urmare, reflecția asupra felului în care vă simțiți din punct de vedere fizic vă poate ajuta să vă dați seama ce experiențe emoționale aveți.

Cînd nu sînteți sigur ce emoție simțiți, fiți atent la reacția corpului dumneavoastră la situația respectivă.

FIŢI ATENT LA GÎNDURILE DUMNEAVOASTRĂ. Emoţiile afectează atît mintea, cît şi corpul; prin urmare, atenţia acordată gîndurilor vă poate ajuta să vă clarificaţi experienţele emoţionale. Să presupunem că vă îndoiţi dacă o anumită situaţie vă induce mînie sau tristeţe. Dacă vă simţiţi mînios, probabil că vă îndreptaţi gîndurile spre cum anume să răniţi sau să pedepsiţi persoana care este sursa mîniei dumneavoastră. De exemplu, dacă vă imaginaţi că ţipaţi sau vorbiţi rece cu aceasta, acele gînduri sînt cauzate probabil de mînie. În schimb, dacă sînteţi trist, probabil că gîndurile vă sînt îndreptate spre ceea ce simţiţi că pierdeţi, fie că este vorba despre o prietenie preţuită, fie despre o perioadă plăcută din viaţa dumneavoastră sau o slujbă care vă pasionează.

ANALIZAŢI SITUAŢIA. Mai devreme, în acest capitol, aţi aflat că emoţiile sînt reacţii la evenimentele pe care le percepeţi ca interferînd cu scopurile dumneavoastră. Prin urmare, spre deosebire de o dispoziţie, fiecare emoţie are o cauză. O a treia strategie pe care o puteţi folosi pentru a vă identifica emoţiile este să încercaţi să stabiliţi ce anume se întîmplă în situaţia respectivă, fapt la care reacţionaţi.

De exemplu, să presupunem că sînteţi supărat, dar nu vă puteţi da seama dacă sînteţi anxios sau invidios. Analizaţi ce se întîmplă în jurul dumneavoastră. Adesea, puteţi identifica emoţia pe care o simţiţi gîndindu-vă la ce anume v-ar putea afecta scopurile. O boală recentă v-a făcut să rămîneţi în urmă cu sarcinile de lucru pentru cursuri? Dacă da, această situaţie vă poate face anxios, deoarece vă afectează scopul de a vă termina sarcinile de lucru. Dintr-o perspectivă diferită, un prieten apropiat s-a logodit de curînd? Deşi această situaţie vă poate face fericit, vă poate induce şi invidie, dacă percepeţi că prietenul dumneavoastră are o relaţie mai împlinită decît dumneavoastră – percepţie care vă afectează scopul de a avea relaţia pe care v-o doriţi.

De asemenea, analiza detaliată a situaţiei vă poate ajuta să identificaţi emoţiile pe care le trăiesc alţi oameni. Să presupunem că observaţi că fratele dumneavoastră pare neobişnuit de tăcut şi de rezervat, dar nu vă puteţi da seama dacă este mînios sau îngrijorat sau doar obosit. Analizaţi situaţia în care se află el şi la ce anume din mediul său ar putea reacţiona. Luaţi în calcul modul în care v-aţi simţi dumneavoastră în aceleaşi împrejurări. De exemplu, dacă ştiţi că unii dintre colegii de serviciu ai soţiei lui au fost concediaţi recent din cauza unor reduceri bugetare, atunci el ar putea fi îngrijorat cu privire la asigurarea veniturilor familiei sale, în eventualitatea în care soţia lui şi-ar pierde slujba. Puteţi efectua verificarea percepţiilor, spunîndu-i fratelui dumneavoastră: „Pari îngrijorat de ceva anume, aşa este?". El ar putea răspunde afirmativ sau ar putea spune: „Nu, de fapt sînt nervos pe vecinul meu din cauză că le-a permis copiilor lui să-şi lase jucăriile în curtea mea". Analizarea situaţiei fratelui dumneavoastră vă poate da o idee despre ce anume ar putea simţi el, iar verificarea percepţiei vă ajută să vă daţi seama dacă aţi presupus corect.

Reevaluarea emoţiilor negative

Cînd trăiţi o emoţie negativă, reevaluarea emoţiilor reprezintă o strategie productivă pentru a o gestiona. **Reevaluarea emoţională** presupune modificarea felului în care vă gîndiţi la situaţia care a cauzat emoţia negativă, astfel încît efectul emoţiei este diminuat[142].

reevaluare emoţională Proces de modificare a evaluării unei situaţii care a generat o emoţie negativă, astfel încît efectul emoţiei este diminuat.

Să presupunem că sînteţi supărat din cauza notei pe care aţi primit-o la un referat. Deşi credeaţi că lucrarea dumneavoastră era foarte originală şi bine scrisă, evaluarea profesorului dumneavoastră nu a reflectat această opinie. Totuşi, dacă mergeţi la biroul profesorului dumneavoastră cînd sînteţi mînios şi supărat, aţi putea spune sau face ceva care doar ar înrăutăţi situaţia. În schimb, aţi putea aştepta pînă sînteţi mai puţin supărat, pentru a reevalua situaţia, iar apoi vă

veţi gîndi la cea mai bună modalitate de a vă exprima gîndurile. Vă puteţi evalua mai analitic lucrarea şi ce aţi fi putut face pentru a reflecta mai bine sarcina de lucru. Vă puteţi reaminti că nota nu reprezintă evaluarea instructorului cu privire la dumneavoastră ca persoană, ci mai degrabă a realizării acestei sarcini de lucru. De asemenea, vă puteţi aminti că profesorul doar îşi face meseria, acordîndu-vă nota, sau că această notă va avea un efect foarte redus asupra foii dumneavoastră matricole. Astfel de exerciţii vă ajută să reevaluaţi situaţia emoţională şi să o analizaţi dintr-o perspectivă mai amplă. Totodată, adoptarea unei strategii de reevaluare vă poate diminua emoţiile negative şi vă poate ajuta să comunicaţi mai eficient[143].

Subiect de discuţie: Ideea pe care se bazează reevaluarea emoţională este că ne putem schimba experienţele emoţionale, modificînd modul în care ne gîndim la situaţia care le-a cauzat. Faptul că abordarea dă rezultate reflectă conexiunea dintre emoţii şi cogniţii.

O tehnică strîns legată de reevaluarea emoţională, numită *reîncadrare*, implică schimbarea nu numai a modului în care *vă gîndiţi* la o anumită situaţie, ci şi felul în care *vorbiţi* despre ea. Citiţi caseta „Aveţi aptitudini? ”, ca să aflaţi mai multe despre această strategie utilă.

AVEŢI APTITUDINI?

REÎNCADRAREA

Gestionaţi situaţiile negative cu ajutorul reîncadrării.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să reîncadraţi semnificaţia unei situaţii interpersonale negative.	Pentru a avea o reacţie emoţională mai constructivă la un eveniment negativ – de exemplu, o vizită prelungită a micilor dumneavoastră nepoţi extrem de gălăgioşi.	1. Să presupunem că sînteţi babysitter al celor trei nepoţi ai dumneavoastră, care vă solicită absolut toată energia. Descrieţi situaţia. **Exemplu**: *Nepoţii mei sînt hiperactivi şi nu am o clipă de linişte.* 2. Identificaţi cuvintele cu conotaţii emoţionale. **Exemplu**: *hiperactiv* = conotaţii negative, identificat drept un element prezent în situaţia dumneavoastră; *linişte* = conotaţii pozitive, identificat drept un element absent din situaţia dumneavoastră. 3. Reformulaţi în termeni mai puţin negativi. **Exemplu**: *Nepoţii mei sînt plini de energie şi cu siguranţă mă ţin ocupat.*	1. Gîndiţi-vă la o interacţiune interpersonală recentă negativă sau dificilă pe care aţi avut-o. 2. Descrieţi pe scurt situaţia, în scris. 3. Identificaţi cuvintele cu conotaţii emoţionale folosite în descriere. 4. Reformulaţi descrierea, înlocuind doar cuvintele cu încărcătură emoţională cu cuvinte cu conotaţii pozitive. 5. Modificînd limbajul folosit pentru a vă descrie situaţia, vă puteţi îmbunătăţi adesea propriile gînduri şi emoţii cu privire la aceasta.

ANALIZAŢI: ***Cum anume vă determină reîncadrarea să vă vedeţi altfel situaţia?***

Acceptarea responsabilităţii pentru emoţii

În capitolul 5 am învăţat despre importanţa *deţinerii* propriilor gînduri şi sentimente, cu alte cuvinte, importanţa recunoaşterii faptului că vă stabiliţi propriile gînduri şi sentimente, descriindu-le cu ajutorul afirmaţiilor la persoana întîi („Mă simt nervos”), mai degrabă decît la persoana a doua („Mă faci să mă enervez”). Acceptarea responsabiliţii pentru emoţii este dificilă, deoarece emoţiile reprezintă, la urma urmei, reacţii la evenimente care vă afectează. De exemplu, cînd cineva vă tachinează sau vă insultă, probabil vă simţiţi rănit. Totuşi, nu alegeţi să vă simţiţi jignit, ci pur şi simplu reacţionaţi la comportamentul persoanei respective.

Problema legată de descrierea emoţiilor prin afirmaţii la persoana a doua este că astfel de afirmaţii nu reuşesc să descrie rolul pe care îl aveţi dumneavoastră în ceea ce simţiţi. În schimb, ele pur şi simplu dau vina pe cealaltă persoană pentru emoţiile dumneavoastră, fără nici o recomandare în privinţa schimbării[144]. O abordare mai productivă ar fi să spuneţi „Mă simt jignit cînd mă insulţi". Această afirmaţie recunoaşte faptul că emoţiile vă aparţin („Mă simt jignit...“), dar identifică totodată evenimentul specific care le cauzează („...cînd mă insulţi"), clarificînd pentru receptor ce comportamente îi cereţi să modifice.

În viaţa de zi cu zi: Folosirea afirmaţiilor la persoana întîi pentru a descrie emoţii este mai uşor de teoretizat decît de pus în practică, în viaţa cotidiană. Motivul este că ne considerăm emoţiile drept reacţii la lucrurile care se întîmplă în afara noastră (inclusiv comportamentele altor persoane), prin urmare percepem lucrurile respective drept cauze ale emoţiilor noastre şi, în mod natural, vrem să identificăm acele relaţii cauzale folosind afirmaţii la persoana a doua.

Subiect de discuţie: De-a lungul istoriei, diverse jurisdicţii au recunoscut *crima pasională* drept o infracţiune (de obicei crimă) săvîrşită într-un moment de violenţă emoţională extremă. Totuşi, dincolo de un astfel de exemplu extrem, este rezonabil să ne aşteptăm de la majoritatea adulţilor să-şi controleze efectele emoţiilor (atît ale celor pozitive, cît şi ale celor negative) asupra comportamentelor.

Majoritatea emoţiilor ne motivează să acţionăm într-un anumit mod. Totuşi, a simţi o emoţie nu înseamnă neapărat că trebuie să şi acţionăm sub impulsul ei.

Separarea emoţiilor de acţiuni

Emoţiile şi comportamentele sînt strîns legate între ele, iar majoritatea emoţiilor au tendinţe specifice de acţiune care le sînt asociate. Totuşi, a trăi o emoţie nu înseamnă şi că trebuie să acţionăm în baza ei. De exemplu, a simţi mînie faţă de cineva nu înseamnă neapărat că trebuie să ţipăm la persoana respectivă. De asemenea, a simţi dragoste faţă de cineva nu înseamnă neapărat că trebuie să o şi exprimăm. La fel cum ne „deţinem" emoţiile, ne „deţinem" şi comportamentele. Parţial, a fi un bun comunicator interpersonal înseamnă a stabili cel mai adecvat şi mai eficient mod de a acţiona pe baza emoţiilor dumneavoastră.

Înainte de a acţiona ca urmare a emoţiilor, de obicei este bine să vă opriţi şi să meditaţi la posibilele efecte ale acţiunilor dumneavoastră. Să presupunem că Gerard este îngrijorat cu privire la cît de mult s-a îngrăşat cumnatul lui, Marcus, în ultimul an. Din cauza temerii sale, Gerard simte că ar trebui să discute cu Marcus despre pericolele implicate de obezitate pentru sănătate şi îl încurajează să facă sport şi să adopte o dietă săracă în calorii. Totuşi, înainte ca Gerard să facă acest lucru, el cîntăreşte argumentele pro şi contra unei astfel de modalităţi de acţiune inspirate de teama sa.

Dintr-o perspectivă pozitivă, Marcus ar putea aprecia faptul că Gerard ţine la el atît de mult. De asemenea, ar putea fi motivat să slăbească, evitînd problemele de sănătate care i-ar putea pune viaţa în pericol. Totuşi, din perspectiva opusă, pe Marcus l-ar putea deranja implicarea lui Gerard. El i-ar putea spune lui Gerard să-şi vadă de treabă şi, dînd dovadă de şi mai multă încăpăţînare, ar putea refuza să-şi schimbe comportamentele, atitudine care i-ar supune sănătatea unui risc şi mai mare.

Deşi principala grijă a lui Gerard este sănătatea lui Marcus, totodată el nu vrea să-l stînjenească pe acesta sau să pună în pericol relaţia dintre ei. În cele din urmă, Gerard decide să-i comunice îngrijorările sale soţiei lui Marcus, sperînd că ea va reuşi să-l convingă pe Marcus să slăbească.

Identificarea şi reevaluarea emoţiilor, acceptarea responsabilităţii pentru ele şi separarea emoţiilor de acţiuni, toate acestea sînt aptitudini pe care le puteţi învăţa. Cu cît le exersaţi mai mult, cu atît veţi reuşi să vă gestionaţi mai bine comunicările emoţionale.

ÎNVĂŢAŢI Cum puteţi identifica emoţiile corect? Cînd este util să reevaluaţi o emoţie? Ce înseamnă a accepta responsabilitatea pentru emoţiile dumneavoastră? De ce ar trebui să separaţi emoţiile de acţiuni?

APLICAȚI Reevaluarea emoțională este foarte utilă, dar necesită exersare. Data viitoare cînd simțiți o puternică emoție negativă, străduiți-vă să faceți o pauză și să reevaluați situația, înainte de a acționa. Strategia aceasta va diminua emoția și vă va ajuta să înțelegeți altfel situația. Veți fi apoi într-o poziție mult mai bună pentru a decide cea mai potrivită modalitate de acțiune.

REFLECTAȚI Cînd aveți tendința de a da vina pe alții pentru emoțiile dumneavoastră? Pentru care emoții vă este cel mai greu să vă acceptați responsabilitatea?

REȚINEȚI IDEILE DIN CAPITOL

1. Emoția în comunicarea interpersonală (p. 271)
   - O emoție este reacția corpului dumneavoastră la orice eveniment care vă facilitează sau amenință scopurile.
   - Trei grupuri de emoții sînt deosebit de relevante pentru comunicarea interpersonală: emoțiile de bucurie/afecțiune, emoțiile de ostilitate și emoțiile de tristețe/anxietate.
   - Printre emoțiile de bucurie/afecțiune se numără fericirea, iubirea, pasiunea și simpatia.
   - Emoțiile de ostilitate includ mînia, disprețul, dezgustul, gelozia și invidia.
   - Printre emoțiile de tristețe/anxietate se numără tristețea, depresia, suferința, teama și anxietatea socială.
2. Specificul emoției (p. 279)
   - Emoțiile au componente fiziologice, cognitive, sociale și comportamentale.
   - Emoțiile variază sub aspectul valenței și al intensității.
   - Emoțiile pot fi primare și secundare.
   - Emoțiile pot fi metaemoții.
3. Influențe asupra trăirii și exprimării emoțiilor (p. 285)
   - Oamenii din diverse culturi trăiesc aceeași diversitate de emoții, dar practicile și mesajele culturale influențează modul în care sînt comunicate aceste emoții.
   - Cinci reguli de manifestare – intensificarea, diminuarea, simularea, inhibarea și deghizarea – influențează ce emoții exprimă oamenii și cît de intens le exprimă.
   - Tehnologia influențează modul în care ne exprimăm emoțiile și cum le comunicăm celorlalți.
   - Conform efectului de contagiune emoțională, oamenii au tendința de a copia trăirile și manifestările emoționale ale celor din jur.
   - Femeile și bărbații diferă sub aspectul tendințelor de exprimare a emoției, dar nu și în privința intensității trăirilor. De asemenea, femeile sînt mai expresive decît bărbații. Adulții androgini sînt mai expresivi decît bărbații masculini sau femeile feminine.
   - Trei caracteristici ale personalității – calitatea de a fi agreabil, extrovertirea și nevrotismul – influențează trăirea și manifestarea emoțiilor.
   - Persoanele cu inteligență emoțională sesizează ce fel de emoții simt și folosesc emoțiile respective pentru a lua decizii cu privire la comportament.
4. Perfecționarea aptitudinilor de comunicare emoțională (p. 293)
   - Identificarea corectă a emoțiilor dumneavoastră și ale altora este o aptitudine comunicațională importantă.
   - Reevaluarea emoțiilor negative înseamnă modificarea modului de a gîndi cu privire la situația care a cauzat emoțiile; astfel, efectele lor negative se pot diminua.
   - Comunicatorii competenți acceptă responsabilitatea pentru emoțiile proprii, în loc să dea vina pe alții pentru felul în care se simt.
   - Deși emoțiile vă motivează să adoptați anumite comportamente, nu sînteți obligat să acționați sub impulsul oricărei emoții pe care o simțiți.

TERMENI-CHEIE

anxietate socială (p. 277)
contagiune emoțională (p. 289)
corp amigdalian (p. 277)
depresie (p. 276)
dezgust (p. 274)
dispoziție (p. 271)
dispreț (p. 274)
emoție (p. 271)
emoții primare (p. 283)
emoții secundare (p. 284)
fericire (p. 272)
gelozie (p. 275)
inteligență emoțională (p. 291)
invidie (p. 275)
iubire (p. 272)
metaemoție (p. 284)
mînie (p. 273)
pasiune (p. 272)
reevaluare emoțională (p. 294)
reguli de manifestare (p. 286)
simpatie (p. 273)
suferință (p. 276)
teamă (p. 277)
tendințe de acțiune (p. 280)
tristețe (p. 276)
valență (p. 282)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. Care sînt senzațiile fizice asociate cu tristețea? Dar cu dezgustul? Cu bucuria? Mînia? Surpriza? În ce mod se aseamănă aceste experiențe fizice ale emoțiilor? În ce mod diferă?
2. De ce este influent efectul contagiunii emoționale? Cu alte cuvinte, de ce imităm trăirile și manifestările emoționale ale persoanelor din jurul nostru?
3. Cînd întîmpinați dificultățile legate de identificarea propriilor dumneavoastră experiențe emoționale?
4. Gîndiți-vă la o situație în care ați reevaluat o emoție negativă. Care a fost rezultatul?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. O reacție emoțională la percepția că vi s-a făcut o nedreptate de vreun fel este:
   a. invidia;
   b. gelozia;
   c. disprețul;
   d. mînia.
2. Annikăi nu îi place să meargă la petreceri și tinde să socializeze numai cu familia și cu prietenii ei cei mai apropiați. Teama ei de a nu face o impresie bună asupra celorlalți este descrisă cel mai bine drept:
   a. depresie;
   b. anxietate socială;
   c. suferință;
   d. singurătate.
3. Dintre următoarele emoții, singura care *nu* este o emoție secundară este:
   a. dezgustul;
   b. remușcarea;
   c. disprețul;
   d. venerația.
4. Partenera lui Shayne a uitat de ziua acestuia. Deși lui Shayne nu i-a păsat foarte mult de acest lucru, a făcut ditamai scandalul și s-a prefăcut că este mînios, doar ca să-și facă partenera să se simtă prost. Regula de manifestare emoțională utilizată de Shayne este:
   a. inhibiția;
   b. simularea;
   c. deghizarea;
   d. diminuarea.

5. O persoană capabilă să perceapă şi să exprime în mod adecvat emoţiile şi să le folosească pentru a facilita gîndirea, pentru a înţelege emoţiile şi pentru a le gestiona în mod constructiv prezintă:
   a. inteligenţă emoţională;
   b. coeficient de inteligenţă;
   c. reevaluare emoţională;
   d. nici una dintre acestea.

Completaţi spaţiile goale

6. Tehnica modificării modului în care vorbim despre o situaţie emoţională pentru a ne îmbunătăţi emoţiile se numeşte _____ situaţiei.
7. _____ survine atunci cînd cineva simte că existenţa sau calitatea relaţiei sale este ameninţată de o terţă parte, în timp ce _____ survine cînd cineva doreşte ceva ce se află în posesia altcuiva.
8. Componentele comportamentale ale emoţiilor se numesc_____, care sînt comportamente specifice pe care fiecare emoţie ne motivează să le adoptăm.
9. În general, se consideră că emoţia _____ are o valenţă neutră.
10. O strategie productivă de gestionare a sentimentelor negative, care implică modificarea modului de a gîndi cu privire la o anumită situaţie, pentru a-i diminua efectul emoţional, este_____ .

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (d); 2 (b); 3 (a); 4 (b); 5 (a). Completaţi spaţiile goale: 6 (reîncadrarea); 7 (gelozia; invidia); 8 (tendinţe de acţiune); 9 (surpriză); 10 (reevaluarea emoţională).

RESURSE

Filme

Hotel Rwanda (dramă, 2004, nerecomandat copiilor sub 15 ani)
Acest film este o dramă istorică despre managerul unui hotel din Rwanda care îşi foloseşte resursele şi conexiunile politice pentru a salva oameni în timpul unui război civil din 1994 dintre două triburi ruandeze, hutu şi tutsi. Managerul însuşi are dileme, deoarece el face parte din tribul hutu, dar soţia lui face parte din tribul Tutsi. Filmul cuprinde multe scene extrem de emoţionale. De exemplu, soţia managerului îşi exprimă sentimentul de teamă profundă cînd ea şi copiii săi sînt despărţiţi de soţul ei. De asemenea, managerul îşi manifestă produnda uşurare cînd se reîntîlneşte cu familia sa şi cu cele două nepoate, la sfîrşitul filmului.

The Kite Runner (*Vînătorii de zmeie*, dramă, 2007, nerecomandat copiilor sub 15 ani)
Acest film descrie prietenia dintre doi băieţi din Afghanistan: Amir, care provine dintr-o familie înstărită, şi Hassan, fiul servitorului tatălui lui Amir. Hassan, care este curajos, îi ia adesea apărarea lui Amir cînd este hărţuit. Totuşi, la un moment dat, băieţii care îl hărţuiau pe acesta îl atacă pe Hassan, pe cînd Amir priveşte în secret, temîndu-se să intervină. Personajele din film trăiesc o mare diversitate de emoţii. Pe parcursul acţiunii, Amir se străduieşte să se împace cu sentimentul de vinovăţie şi de ruşine pe care le simte din cauză că nu şi-a apărat prietenul. De asemenea, Amir şi tatăl său sînt mînioşi din cauza ocupării Afghanistanului de sovietici, iar Amir îşi exprimă bucuria pentru că şi-a găsit o soţie şi tristeţea cauzată de moartea tatălui său.

Cărţi şi articole din periodice

Bippus, A.M., Young, S.L. (2005). Owning your emotions: Reactions to expressions of self- versus other-attributed positive and negative emotions. *Journal of Applied Communication Research*, 33, pp. 26-45.

Kring, A.M., Gordon, A.H. (1998). Sex differences in emotion: Expression, experience and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 686-703.

Lewis, M., Haviland-Jones, J.M., Barrett, L.F. (eds) (2010). *Handbook of emotions* (ediția a III-a). New York: Guilford.

Mayne,T.J. (1999). Negative affect and health: The importance of being earnest. *Cognition and Emotion*, 13, pp. 601-635.

Site-uri

www.paulekman.com

Aceasta este pagina web a psihologului Paul Ekman, un pionier al studiului emoțiilor. Site-ul prezintă detaliat studiile efectuate de profesorul Ekman și oferă resurse pentru a învăța mai multe despre comunicarea emoțiilor.

www.griefnet.org

Acest site propune multe grupuri de suport pentru adulții și copiii care manifestă suferință și tristețe cauzate de o pierdere majoră.

9

Comunicarea interpersonală în prietenii și relații profesionale

CREAREA PRIETENIILOR

Cu secole în urmă, filosoful grec Aristotel a observat că atunci cînd oamenii „împart sarea" – adică trec împreună printr-o experiență dificilă – ei își creează legături de prietenie care nu se rup ușor. Așa s-a întîmplat cu 33 de oameni care au fost închiși împreună timp de 69 de zile, în toamna anului 2010, după o surpare la mina din San José, lîngă Copiapó, în Chile. Minerii, cu vîrste cuprinse între 19 și 63 de ani, au supraviețuit grelei încercări ocupîndu-și timpul cu diverse activități, responsabilizîndu-se reciproc cu anumite sarcini și sprijinindu-se reciproc și rămînînd optimiști în cadrul grupului. Conform experților care au studiat efectele traumelor trăite în comun – de exemplu, a se rătăci pe mare sau a lupta împreună într-o bătălie –, experiența unui astfel de eveniment teribil și supraviețuirea împreună îi va uni pe acești oameni pentru toată viața, din punct de vedere emoțional.

Imaginați-vă cum ar fi viața fără prieteni. Familiile și relațiile de cuplu sînt importante pentru noi, dar și prietenii și cunoștințele contribuie semnificativ la starea noastră de bine. Uneori apelăm la prieteni pentru sprijin social și emoțional. Alteori îi căutăm pe prieteni cînd vrem doar să petrecem timp împreună cu ei și să ne relaxăm sau cînd avem nevoie de ajutor pentru a lua o decizie sau pentru a rezolva o problemă. Prietenii ne ridică moralul și ne amintesc că nu sîntem singuri pe lume. Uneori ne ajută în experiențele traumatizante, așa cum au făcut minerii din Chile unii pentru alții.

Acest capitol prezintă importanța relațiilor sociale – cum sînt cele dintre prieteni, cunoștințe apropiate și colegi de serviciu – și se axează pe felul în care folosim comunicarea interpersonală pentru a gestiona aceste relații. Toate relațiile sînt într-o anumită măsură sociale. Din cauză că relațiile romantice și familiale satisfac adesea necesități sociale diferite, în comparație cu prieteniile, relațiile cu cunoștințele și cu colegii de serviciu, vom analiza aceste relații în capitolul următor.

1. De ce sînt importante relațiile sociale

Ann Atwater şi C.P. Ellis nu au fost destinaţi niciodată să devină prieteni. În anii '70, Atwater – o mamă săracă afro-americană, care trăia din ajutorul social – era activistă pentru drepturile civile în Durham, Carolina de Nord, unde Ellis era lider în cadrul organizaţiei Ku Klux Klan, o organizație violentă care milita pentru supremaţia albilor. Pe parcursul a zece zile de discuţii în cadrul comunităţii cu privire la desegregarea şcolilor, Ellis a ajuns să creadă că atît albii, cît şi minorităţile ar avea de cîştigat de pe urma desegregării, iar el şi Atwater au devenit parteneri în mişcarea pentru drepturile civile. De asemenea, au devenit prieteni apropiaţi. Împreună, au luptat împotriva opresiunii şi stereotipurilor sociale şi s-au bazat mult pe sprijinul pe care şi l-au acordat reciproc. Cînd Ellis a murit suferind de maladia Alzheimer, în 2005, Atwater – care pierduse un prieten drag şi cît se poate de neobişnuit – a rostit discursul de la înmormîntarea lui.

Conexiunile sociale strînse cu prietenii, vecinii, colegii de serviciu şi alte persoane ne îmbunătăţesc calitatea vieţii în diverse moduri. În această secţiune, vom vedea că ne creăm relaţii sociale deoarece simţim nevoia intensă de apartenenţă. De asemenea, vom analiza unele beneficii ale relaţiilor noastre sociale, precum şi anumite costuri pe care le suportăm menţinîndu-le.

Subiect de discuție: Ați observat poate că prietenia este una dintre cele mai răspîndite relații pe care le avem. Nu toată lumea are un soț/o soție, copii sau chiar colegi de serviciu, dar rare sînt persoanele care ar afirma că nu au nici un prieten.

În viața de zi cu zi: În cartea *Bowling Alone* (2000), Robert Putnam arată că americanii sînt mai puțin implicați în structurile lor sociale (de exemplu, grupurile de vecini, de enoriași și partidele politice) decît în orice altă perioadă anterioară. Această schimbare poate însemna că cercul din care ne selectăm prietenii s-a restrîns. În consecință, în prezent gravităm mai degrabă spre persoane care ne seamănă, pentru a le alege ca prieteni, în comparație cu vremurile din trecut, tendință care ne-ar putea determina să avem prieteni mai puțin diverși.

Cercetarea în prim-plan: Întrebați-i pe studenți cît de mult cred că ar putea rămîne complet izolați din punct de vedere social, înainte să înceapă să sufere efecte negative. Ar putea fi surprinși de faptul că studiile indică apariția efectelor cognitive și emoționale după doar două zile de izolare.

Stabilim relații pentru că simțim nevoia de apartenență

În cartea lui *Personal Relationships and Personal Networks* (2007), specialistul în comunicare Mac Parks scrie: „Noi, oamenii, sîntem animale sociale pînă la cea mai mică celulă din noi. Natura nu ne-a făcut singuratici nobili"[1]. Are dreptate. Un motiv pentru care relaţiile sociale sînt importante este faptul că înclinaţia noastră pentru relaţiile sociale este mai degrabă înnăscută decît învăţată[2]. Această tendinţă umană fundamentală de a stabili legături cu ceilalţi este ideea pe care se bazează teoria psihologului Roy Baumeister numită **nevoia de apartenenţă**[3]. Teoria nevoii de apartenenţă susţine că fiecare dintre noi se naşte cu necesitatea de a căuta, crea, menţine şi proteja relaţii sociale puternice. Pentru a satisface această necesitate, folosim comunicarea interpersonală cu scopul de a crea relaţii sociale cu alte persoane la serviciu, la şcoală, în cartier, în comunitate şi în cadrul organizaţiilor religioase, în echipele sportive, în comunităţile online şi în alte contexte sociale. Conform teoriei lui Baumeister, fiecare dintre aceste relaţii ne ajută să ne simţim ca şi cum nu am fi singuri, deoarece aparţinem unei comunităţi sociale.

Ne stă în fire să ne creăm relații sociale.

nevoia de apartenență Ipoteza că fiecare dintre noi se naște cu impulsul fundamental de a căuta, stabili, menține și proteja relații sociale puternice.

De asemenea, teoria nevoii de apartenenţă sugerează şi că, pentru a ne satisface impulsul de a avea relaţii, avem nevoie de conexiuni sociale care să fie atît interactive, cît şi apropiate din punct de vedere emoţional. Izolarea de interacţiunile sociale poate avea consecinţe fizice şi psihologice devastatoare. Acesta este unul dintre motivele pentru care izolarea în timpul serviciului militar este considerată o pedeapsă atît de dură[4]. Femeile şi bărbaţii mobilizaţi în cadrul armatei[5] şi multe persoane în vîrstă care locuiesc singure[6] simt la rîndul lor sentimentul de singurătate, cînd nu îşi văd familiile sau prietenii perioade îndelungate.

Despre materiale media: În filmul *CastAway* (*Naufragiatul*, 2000), Chuck Noland (interpretat de Tom Hanks), este izolat pe o insulă pustie, după ce avionul de transporturi marfă cu care zbura se prăbuşeşte. Printre resturile încărcăturii, găseşte o minge de volei pe care o decorează şi o botează Wilson (după numele mărcii mingii). Chuck vorbeşte cu ea şi ajunge să ţină mult la Wilson în perioada în care este izolat. Deşi nu are contacte cu oamenii, îşi creează o relaţie socială artificială care să-i satisfacă nevoia de apartenenţă.

Personalul militar mobilizat şi persoanele în vîrstă care locuiesc singure simt adesea o singurătate profundă, atunci cînd nu-şi văd rudele sau prietenii perioade îndelungate de timp.

La fel, interacţiunile doar cu oamenii care nu au sentimente adevărate pentru noi ar fi şi ele foarte nesatisfăcătoare. Imaginaţi-vă că vă mutaţi într-un oraş mare unde nu cunoaşteţi pe nimeni. Deşi aveţi multe interacţiuni cu oamenii – şoferi de taxi, vînzători, un oftalmolog –, nu întîlniţi nici o persoană de care să vă simţiţi apropiat. Aceste relaţii orientate spre îndeplinirea unor sarcini vă ajută să vă satisfaceţi diverse necesităţi, de exemplu, ajungeţi dintr-un loc în altul şi vi se verifică vederea, dar ele nu vă satisfac nevoia de apartenenţă, deoarece de obicei nu implică intimitatea emoţională.

Totuşi, multe relaţii sociale ne satisfac atît necesităţile de interacţiune, cît şi de intimitate emoţională. Probabil aveţi prieteni pe care îi ştiţi de multă vreme, de care vă simţiţi foarte apropiat şi cu care interacţionaţi regulat. Poate că v-aţi format unele dintre aceste prietenii în perioada copilăriei sau adolescenţei. Pe altele vi le-aţi creat la şcoală sau la serviciu. Altele pot fi prietenii pe care le-aţi întemeiat online. Este important că studiile arată că relaţiile online pot fi la fel de intime sub aspect emoţional şi pot implica la fel de multe interacţiuni ca şi prieteniile de tip faţă în faţă[7]. Fiecare dintre aceste relaţii sociale ne poate ajuta să ne simţim conectaţi cu ceilalţi într-un mod pe care nu îl percepem cînd nu putem interacţiona cu persoane la care ţinem sau cînd nu ţinem la persoanele cu care interacţionăm. Necesitatea naturală de apartenenţă a oamenilor nu reprezintă singurul motiv pentru care relaţiile sociale contează pentru noi, dar teoria nevoii de apartenenţă sugerează că aceasta este una dintre cele mai importante necesităţi.

Relaţiile sociale aduc beneficii

Pe lîngă faptul că ne satisfac nevoia de apartenenţă, relaţiile sociale ne aduc tot felul de beneficii. În această secţiune, vom analiza pe scurt trei tipuri de beneficii care se suprapun adesea în relaţiile noastre sociale: beneficiile emoţionale, beneficiile materiale şi beneficiile legate de sănătate.

Relaţiile sociale aduc beneficii emoţionale. Prietenii ne aduc cel puţin două tipuri de beneficii emoţionale. Unul dintre acestea este sprijinul emoţional sau încurajarea în momente de nefericire emoţională. Fie că traversaţi o criză serioasă sau aveţi doar o zi proastă, prietenii vă pot oferi sprijin şi empatie, pentru a vă ajuta să faceţi faţă[8]. De exemplu, cînd relaţia de cuplu de durată a lui Frank s-a destrămat, grupul său de prieteni apropiaţi l-au asigurat că sînt alături de el, că îl vor asculta şi îl vor sprijini. Deşi pentru Frank a fost o experienţă dificilă, sprijinul emoţional acordat de prietenii săi l-a ajutat să facă faţă.

Dacă avem prieteni buni, acest fapt ne ajută să fim sănătoşi şi fericiţi.

Al doilea beneficiu emoţional datorat prietenilor este fericirea. Ne face plăcere să interacţionăm cu prietenii pentru că este distractiv şi relaxant şi pentru că prietenii ne amuză. De

exemplu, una dintre modalităţile preferate ale lui Angel de a petrece seara de vineri este să-şi invite prietenii buni la ea, să gătească cina, să vadă un film şi să discute despre noutăţile din viaţa lor. Angel se simte întotdeauna bine cînd petrece timp alături de prieteni. Într-adevăr, în multe dintre cele mai fericite momente ale noastre îi avem alături pe prietenii cei mai buni[9].

Relaţiile sociale aduc beneficii materiale. O a doua modalitate în care relaţiile sociale ne aduc avantaje constă în faptul că ne ajută să ne satisfacem necesităţile materiale, ca, de exemplu, nevoia de bani, de adăpost şi de transport. Avem tendinţa de a împărţi acest tip de resurse cu persoanele de care ne simţim apropiaţi. Cînd aveţi nevoie de cineva care să vă ajute să vă mutaţi, de un loc unde să staţi peste weekend sau de o sumă mică de bani ca să vă descurcaţi pînă la salariu, există o probabilitate mai mare să vă satisfaceţi aceste necesităţi dacă aveţi relaţii sociale solide la care să apelaţi, decît în caz contrar. De asemenea, există o posibilitate mai mare să le oferiţi prietenilor aceste beneficii materiale, nu străinilor sau altor persoane pe care nu le cunoaşteţi bine.

Relaţiile sociale aduc beneficii sub aspectul sănătăţii. După cum am văzut în primul capitol, relaţiile sociale satisfăcătoare ne menţin sănătoşi. De exemplu, un studiu a arătat că persoanele cu o reţea socială puternică au şanse duble de a supravieţui unui infarct, în comparaţie cu cele care nu au relaţii solide[10]. De fapt, după ce a analizat peste 60 de studii publicate pe acest subiect, sociologul James House şi colegii săi au concluzionat că lipsa unor relaţii sociale solide, pozitive, constituie un factor de risc pentru mortalitatea prematură la fel de mare ca fumatul, obezitatea şi hipertensiunea[11].

Există cel puţin două motive pentru care prietenii buni ne pot ajuta să ne menţinem sănătoşi. Un motiv este faptul că fericirea şi relaxarea oferite de prieteniile apropiate ne ajută să alungăm efectele negative ale stresului. Toţi ne confruntăm cu surse de stres în viaţa cotidiană. Stresul poate avea multe efecte negative asupra corpului, de exemplu, poate cauza probleme legate de somn sau luarea în greutate, care este nesănătoasă, amplifică riscul afecţiunilor cardiace, al atacului cerebral şi depresiei şi agravează boli precum tulburările intestinale şi acneea[12]. Totuşi, studiile relevă că relaţiile sociale bazate pe apropiere, satisfăcătoare, funcţionează ca un amortizor, protejîndu-ne de reacţiile exagerate la evenimentele stresante[13]. Aceasta nu înseamnă că nu sîntem afectaţi de stres cînd avem relaţii strînse; mai degrabă, existenţa prietenilor apropiaţi ne ajută să gestionăm stresul într-un mod mai eficient, mai optimist, astfel încît să nu ne afecteze sănătatea aşa cum ar face-o în alte condiţii[14].

Un al doilea motiv pentru care existenţa unor prieteni buni ne ajută să ne menţinem sănătatea este că prietenii pot avea grijă de siguranţa şi bunăstarea noastră. Prietenii ne pot încuraja să avem comportamente sănătoase, de exemplu, să purtăm centură de siguranţă şi să nu conducem în stare de ebrietate[15]. Ei ne pot determina să apelăm la consulturi medicale atunci cînd avem nevoie şi ne pot încuraja să luăm măsuri preventive, de exemplu, să ne alimentăm cum se cuvine şi să facem inspecţia tehnică a maşinii la fiecare şase luni[16]. Ei pot face sport împreună cu noi şi ne pot responsabiliza cu privire la menţinerea unei greutăţi sănătoase[17]. În cele din urmă, dacă avem o problemă cronică de sănătate, de exemplu, diabet sau cancer, prietenii ne pot ajuta la sarcinile zilnice legate de gestionarea respectivelor afecţiuni[18]. Deoarece ei ne ajută să gestionăm stresul şi să avem grijă de binele nostru, prietenii apropiaţi şi alte relaţii sociale ne oferă beneficii sub aspectul sănătăţii. Într-adevăr, am putea spune chiar că existenţa unor prieteni buni ne poate prelungi viaţa cu mulţi ani. Aflaţi mai multe detalii citind caseta „Realitate sau ficţiune?" de mai jos.

Relațiile sociale presupun și costuri, și beneficii

Este uşor să identificăm beneficiile relaţiilor sociale: acestea ne oferă sprijin emoţional, ne ajută în perioadele dificile şi chiar ne fac mai sănătoşi. Prieteniile şi alte relaţii sociale presupun însă şi costuri, pe lîngă beneficii. Gîndiţi-vă ce vă „costă" să fiţi prieten cu cineva. De exemplu, trebuie să petreceţi împreună cu un prieten un interval de timp pe care aţi prefera să-l folosiţi făcînd de unul singur altceva ce vă satisface. În plus, trebuie să faceţi o investiţie emoţională, mai ales atunci cînd prietenul dumneavoastră are nevoie de sprijin. Pot exista şi costuri materiale asociate cu a face anumite lucruri împreună, de exemplu, călătoriile sau mersul la restaurant. Nu în ultimul rînd, prieteniile necesită adesea şi investiţii de ordin fizic. Poate că nu vreţi neapărat să vă ajutaţi prietenul să se mute în noul lui apartament, dar o faceţi totuşi, pentru că este prietenul dumneavoastră.

Investim timp, energie emoțională și chiar energie fizică în prieteniile apropiate.

Subiect de discuție: Prieteniile sînt la fel de bune pentru sănătate pe cît de dăunătoare sînt fumatul, obezitatea și hipertensiunea. Întrebați-i pe studenți dacă ei cred că oamenii acordă la fel de multă importanță menținerii prieteniilor pe cît acordă menținerii sănătății.

Exercițiu de redactare: Cereți-le studenților să aleagă o relație de prietenie apropiată și să descrie cele mai semnificative trei costuri asociate cu ea. În cazul fiecărui cost, spuneți-le să explice în scris de ce costul respectiv merită plătit, în contextul prieteniei respective.

O mare parte din timp, decidem că beneficiile prieteniilor merită costurile. Investim energie şi resurse în prieteni deoarece ei ne aduc beneficii. Ne cheltuim timp şi bani cu prietenii pentru că prieteniile respective ne aduc fericire şi ne distrează. Totuşi, în unele cazuri, costurile asociate cu menţinerea unei relaţii depăşesc beneficiile. După cum vom vedea pe parcursul acestui capitol, orientarea spre schimbul social sugerează că o astfel de stare a „beneficiilor reduse" îi poate motiva pe oameni să pună capăt relaţiilor – sau cel puţin să le considere nesatisfăcătoare.

REALITATE SAU FICȚIUNE?

Relațiile sociale ne mențin sănătoși

Este adevărat că relațiile sociale strînse ne ajută să ne menținem sănătatea – sau doar ne fac *să ne simțim* mai bine? Unele studii importante arată că prietenia este benefică pentru sănătate în moduri directe și uneori surprinzătoare.

Într-un studiu, o echipă de cercetători condusă de psihologul Sheldon Cohen a solicitat unui număr de peste 300 de femei și de bărbați să declare cît de sociabili sînt, cît de ample sînt rețelele lor sociale și cît sprijin social primesc de la alte persoane. Apoi, participanții au fost ținuți în carantină și – cu permisiunea lor – au fost expuși la unul sau două virusuri care cauzează viroză. Participanții au rămas în carantină timp de cinci zile. În acest timp, cercetătorii le-au recoltat mostre de sînge, pentru a detecta prezența virozei și le-au cerut participanților să-și raporteze singuri simptomele de viroză, ca, de exemplu, secreții nazale, strănuturi și tuse. Toate șervețelele nazale folosite de participanți au fost păstrate și cîntărite, pentru a le monitoriza producția zilnică de mucus!

După ce au analizat datele, cercetătorii au descoperit că, cu cît relațiile sociale ale oamenilor erau mai pozitive, cu atît aceștia erau mai puțin susceptibili la virusul virozei.

Întrebați-vă

- De ce o rețea socială solidă vă protejează de sensibilitatea față de un virus care provoacă viroză?
- Ce beneficii mintale sau fizice simțiți că vă aduc prieteniile dumneavoastră? De ce?

Sursa: Cohen, S., Doyle, W.J., Skoner, D.P., Rabin, B.S., Gwaltney, J.M. (1997). Social ties and susceptibility to the common cold. *Journal of the American Medical Association*, 277, pp. 1940-1944.

ÎNVĂŢAŢI Ce este nevoia de apartenenţă? În ce moduri relaţiile sociale ne aduc beneficii? Ce fel de costuri sînt asociate cu menţinerea unei prietenii?

APLICAŢI Timp de o săptămînă, notaţi perioadele de timp, energia şi alte resurse pe care vi le dedică prietenii, precum şi resursele pe care le investiţi dumneavoastră în prieteni. Redactaţi o notiţă de jurnal în care să comparaţi resursele pe care le-aţi primit cu cele pe care le-aţi acordat şi comentaţi dacă aţi simţit că schimburile de resurse au fost echitabile.

REFLECTAŢI Ce beneficii vă aduc prieteniile dumneavoastră sub aspect emoţional, material şi sub aspectul sănătăţii? În ce mod oferiţi aceste tipuri de beneficii în relaţiile dumneavoastră sociale?

2. Crearea şi menţinerea legăturilor sociale

Am analizat motivele pentru care relaţiile sociale sînt importante şi ce beneficii ne aduc ele. În această secţiune, vom prezenta cîteva teorii care explică diversele forţe interpersonale ce conduc la formarea şi dezvoltarea relaţiilor sociale. Unele dintre aceste teorii ne ajută să înţelegem cu cine am ales să stabilim relaţii sociale, printre care:

- teoria atracţiei, care descrie de ce sîntem atraşi unii de alţii;
- teoria diminuării incertitudinii, care indică de ce interacţionăm iniţial cu alte persoane;
- teoria valorii rezultatului anticipat, care detaliază de ce ajungem să cunoaştem anumiţi oameni şi nu pe alţii.

Alte teorii explică de ce şi cum menţinem relaţiile sociale după ce le formăm; printre acestea se numără:

- teoriile schimburilor sociale, care arată cum ne comparăm relaţiile actuale cu alternativele şi cum ne evaluăm costurile şi beneficiile;
- comportamentele de menţinere relaţională, care sînt comportamentele de comunicare pe care le folosim pentru a ne susţine relaţiile.

Majoritatea relaţiilor sînt iniţiate de un anumit tip de atracţie. Poate fi vorba despre atracţia fizică (atracţia faţă de înfăţişarea cuiva), atracţia socială (atracţia faţă de personalitatea cuiva) sau atracţia faţă de sarcini (atracţia faţă de abilităţile unei persoane).

Subiect de discuţie: Încurajaţi-i pe studenţi să reflecteze asupra modului în care aceste teorii sînt relevante şi pentru relaţiile familiale şi apropiate, pe care le vom analiza în capitolul următor.

Teoria atracţiei

Procesul formării majorităţii relaţiilor începe cu **atracţia interpersonală**, care înseamnă orice forţă care îi atrage pe oameni. Probabil cunoaşteţi deja conceptul de **atracţie fizică** sau atracţia faţă de cineva datorită înfăţişării sale. Există însă cel puţin alte două modalităţi de atracţie faţă de o persoană. Una dintre acestea este **atracţia socială**, care înseamnă a fi atras de personalitatea cuiva. De exemplu, vă puteţi simpatiza noul coleg de birou datorită atitudinii sale pozitive. De asemenea, puteţi fi atras de o colegă de la cursul de comunicare deoarece are un simţ al umorului foarte dezvoltat. Al treilea tip de atracţie este **atracţia faţă de sarcini** sau atracţia faţă de capacităţile unei persoane şi faţă de faptul că vă puteţi baza pe ea[19]. Puteţi avea o atitudine pozitivă faţă de noul coleg cu care folosiţi în comun maşina de serviciu deoarece vine la timp în fiecare zi, indiferent că este vreme bună sau rea. Poate să vă admiraţi colega de cameră datorită talentului ei

➲ **atracţie interpersonală** Orice forţă care îi atrage pe oameni unul spre celălalt, pentru a forma o relaţie.

➲ **atracţie fizică** Atracţie faţă de înfăţişarea fizică a cuiva.

➲ **atracţie socială** Atracţie faţă de personalitatea cuiva.

➲ **atracţie faţă de sarcini** Atracţie faţă de abilităţile unei persoane şi faţă de faptul că ne putem bizui pe ea.

extraordinar la karaoke. Oricare dintre aceste tipuri de atracţie sau toate ne pot apropia de alţii şi ne pot determina să vrem să-i cunoaştem mai bine.

O diversitate de calităţi ale unei cunoştinţe noi pot declanşa forţele atracţiei interpersonale. Totuşi, studiile sugerează existenţa a patru factori deosebit de influenţi : înfăţişarea personală, proximitatea, similaritatea şi complementaritatea.

Sîntem atraşi de aspectul fizic. Cînd afirmăm că o persoană este atrăgătoare, dăm de înţeles adesea că aceasta *arată* atrăgător. Oamenii au o orientare vizuală puternică, prin urmare, cînd considerăm că o persoană este atrăgătoare din punct de vedere fizic, adesea sîntem motivaţi să o cunoaştem mai bine. Există cel puţin două motive pentru care ne comportăm astfel. Un motiv esta faptul că valorizăm şi apreciem atractivitatea fizică, prin urmare ne dorim să ne aflăm lîngă persoane atrăgătoare[20]. Un alt motiv este că, de-a lungul istoriei, oamenii au căutat alte persoane atrăgătoare drept parteneri. Deoarece adesea persoanele atrăgătoare au gene deosebit de sănătoase, copiii făcuţi cu persoanele atrăgătoare tind să fie sănătoşi, deoarece moştenesc genele respective[21].

În viaţa de zi cu zi: Adesea considerăm că o persoană ne atrage într-un singur mod. De exemplu, puteți fi atras de personalitea cuiva (atracție socială) sau de talente (atracția față de sarcini), chiar dacă nu considerați că persoana respectivă este atrăgătoare.

Conform unei expresii cu conotaţii culturale, „frumuseţea este doar la suprafaţă". Aceasta sugerează că frumuseţea fizică sau atractivitatea este superficială, însemnînd că reflectă doar înfăţişarea exterioară a oamenilor, dar nu oferă nici o indicaţie privind cine anume sînt ei sau cum se comportă. Într-adevăr, poate aţi auzit pe cineva afirmînd că o persoană este atrăgătoare sau frumoasă, dar „contează cum este în interior". Totuşi, în pofida popularităţii acestei convingeri, studiile efectuate pe parcursul multor decenii demonstrează că în realitate acordăm enorm de multă atenţie aspectului fizic atunci cînd ne creăm relaţii sociale şi personale[22].

Unele standarde ale frumuseții – de exemplu, conformația corporală preferată – variază de la o cultură la alta.

Cercetarea în prim-plan: Grupurile etnice din aceeași societate pot avea și preferințe diferite în privința conformațiilor corporale. De exemplu, un studiu a relevat că afro-americanii, spre deosebire de albii americani, consideră femeile supraponderale ca fiind mai atrăgătoare[i].

[i]Cunnigham, M.R., Roberts, A.R., Barbee, A.P., Druen, P.B., Wu, C. (1995). „Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, pp. 261-279.

Ceea ce face o persoană mai atrăgătoare din punctul de vedere fizic decît alta constituie o combinaţie de caracteristici sociale şi genetice. Unele noţiuni privind frumuseţea variază mult de la o cultură la alta. Să analizăm exemplul greutăţii. În America de Nord şi în Europa Occidentală, un corp slab, tonifiat este considerat în general cel mai atrăgător. Totuşi, în multe culturi tribale africane şi australiene, un corp supraponderal este considerat cel mai atrăgător, cel puţin în cazul femeilor[23].

De asemenea, culturile variază sub aspectul modurilor în care manipulează sau mutilează corpul pentru a dobîndi frumuseţea fizică. Un exemplu este practica purtării unor discuri în buze. Fetele din tribul mursi, din sudul Etiopiei, şi indienii mebêngôkre din Brazilia îşi fac piercinguri în buze de la o vîrstă fragedă şi îşi introduc în gaură un disc mare din lemn sau din argilă. Pe măsură ce fetele cresc, se folosesc discuri tot mai mari, iar cele cu discurile cele mai mari sînt considerate cele mai atrăgătoare partenere[24]. La fel, femeile din tribul padaung, din Myanmar, poartă adesea inele metalice în jurul gîtului, pentru a-l face să pară mai lung. Femeile cu gîtul cel mai lung sînt considerate cele mai atrăgătoare şi mai dezirabile partenere[25].

Alte aspecte ale atractivităţii fizice sînt comune mai multor culturi. De exemplu, oamenii din întreaga lume preferă corpurile şi feţele simetrice – cu partea stîngă şi dreaptă similare – şi care au trăsături proporţionale ca dimensiuni. De asemenea, în mai multe culturi, bărbaţii sînt atraşi de femei care par sănătoase şi tinere, deoarece aceste caracteristici le semnalează capacitatea de a produce progenituri sănătoase[26]. La fel, femeile din mai multe culturi sînt

atrase de bărbaţii care par puternici şi par să dispună de resurse, deoarece aceste caracteristici le semnalează capacitatea de a asigura traiul unei familii[27].

Conect@ţi-vă

FOLOSIREA COMENTARIILOR SOCIALE ÎN CADRUL UNUI CURS ONLINE

Dacă aţi urmat vreodată un curs online, v-aţi confruntat probabil cu provocarea de a fi nevoit să colaboraţi cu persoane pe care nu le cunoaşteţi. Cercetătorii au descoperit că în astfel de situaţii oamenii folosesc *comentariile sociale* – cuvinte care contribuie la formarea sau consolidarea relaţiilor – pentru a minimaliza sentimentele de distanţare emoţională şi geografică.

Într-un studiu, cercetătoarea Deana Molinari a petrecut un semestru analizînd comentariile făcute de studenţii de la o specializare de nursing în cadrul unui curs online. Ea şi-a concentrat atenţia asupra modului în care studenţii comunicau cu privire la sarcinile de rezolvare a problemelor pe care le primea grupul, relevante sub aspectul materialelor de curs. După ce a analizat peste 500 de mesaje individuale produse în timpul unui semestru, Molinari a aflat că studenţii foloseau comentariile sociale în patru scopuri specifice:

- *Pentru a se face cunoscuţi*: Studenţii comunicau despre experienţele şi interesele lor personale, ca modalitate de a se face cunoscuţi altor participanţi la curs.
- *Pentru a stabili conexiuni cu alţii*: Studenţii le adresau altora întrebări personale, îşi exprimau aprobarea sau validarea cu privire la ideile altora şi îşi manifestau interesul reciproc faţă de existenţele celorlalţi, pentru a pune bazele unor relaţii virtuale.
- *Pentru a contribui la rezolvarea sarcinilor*: După ce studenţii se simţeau în largul lor în prezenţa celorlalţi, comunicau mai mult cu privire la procesele corecte în vederea soluţionării problemelor care le fuseseră încredinţate spre rezolvare.
- *Pentru a găsi semnificaţii personale*: Mulţi studenţi încercau să găsească semnificaţii în experienţele lor de învăţare, conectînd conţinutul cu experienţele lor personale.

Deşi multe cursuri online nu oferă aceleaşi oportunităţi de întemeierea relaţiilor sociale şi personale precum cursurile desfăşurate faţă în faţă, comunicatorii competenţi se adaptează, valorificînd cît mai bine canalele de comunicare disponibile pentru a crea sentimentul de conexiune socială.

Sursa: Molinari, D.L. (2004). The role of social comments in problem-solving groups in an online class. *The American Journal of Distance Education*, 18, pp. 89-101.

SÎNTEM ATRAŞI DE PROXIMITATE. Un alt factor anticipator important al atracţiei este *proximitatea*, care se referă la cît de aproape locuiesc sau muncesc oamenii şi la cît de des interacţionează. Avem tendinţa de a întemeia şi de a menţine relaţii sociale cu persoanele pe care le vedem des, mai degrabă decît cu cei pe care nu-i întîlnim frecvent[28]. Sîntem înclinaţi să-i cunoaştem pe vecinii care locuiesc alături de noi mai bine decît pe vecinii de vizavi şi există o probabilitate mai mare să devenim prieteni şi să menţinem prieteniile cu colegi de clasă şi de serviciu decît cu persoane pe care le vedem rar.

Unii cercetători sugerează că Internetul a diminuat influenţa proximităţii fizice asupra atracţiei. Odată cu apariţia chat-roomurilor, a mesajelor instant şi a altor forme de interacţiune online, avem libertatea să ne împrietenim practic cu oricine, indiferent la ce distanţă geografică se află persoana respectivă. Într-adevăr, studiile relevă că marea majoritate a utilizatorilor de Internet şi-au creat relaţii sociale cu oameni pe care i-au cunoscut online[29].

Cercetarea în prim-plan: Studiile desfăşurate în campusurile studenţeşti şi în complexele de apartamente relevă că avem tendinţa de a întemeia prietenii cu oamenii care locuiesc cel mai aproape de noi[ii]. Un motiv parţial ar fi faptul că avem mai multe oportunităţi de interacţiune cu aceştia, iar un altul ar fi faptul că percepem o asemănare cu ei, deoarece avem reşedinţe asemănătoare.

[ii]Marmaros, D., Sacer-dote, B. (2006). How do friendships form? *Quarterly Journal of Economics*, 121, pp. 79-119.

După cum reiese din caseta „Conectaţi-vă", efectuarea comentariilor cu orientare socială îi permite celor care frecventează cursuri online – persoane care adesea nu s-au întîlnit în faţa reală – să ajungă să se cunoască unii pe alţii şi să dobîndească un sentiment al comunităţii. Site-uri precum Facebook şi MySpace ne permit să ne facem prieteni şi să comunicăm cu ei

în mod regulat, chiar dacă aceştia trăiesc în alte oraşe sau în alte ţări. Deşi alegerile noastre privind prieteniile online pot fi influenţate de înfăţişare şi de similaritatea percepută, ele nu depind de proximitatea fizică.

SÎNTEM ATRAŞI DE ASEMĂNĂRI. Aţi avut probabil experienţa de a cunoaşte pe cineva şi de a vă mira ce multe aveţi în comun. Cînd cunoaştem oameni cu un fond, experienţe, convingeri şi interese asemănătoare cu ale noastre, aceştia ne dau senzaţia de confort şi familiaritate; uneori ni se pare că îi cunoaştem deja. Similaritatea ni se pare foarte atrăgătoare. Studiile arată că avem tendinţa de a întemeia relaţii sociale cu persoanele cu care ne asemănăm, mai degrabă decît cu cele care sînt diferite de noi înşine[30].

Considerăm similaritatea atractivă din cel puţin două motive. În primul rînd, adesea identificăm o validare socială în persoanele similare nouă. Simpatizînd persoane care ne seamănă este într-un fel o formă de autosimpatie. Puteţi simţi o atracţie deosebită faţă de oamenii care au aceleaşi hobby-uri ca dumneavoastră, acelaşi simţ al umorului sau aceeaşi concepţie despre lume, de exemplu, deoarece astfel de oameni vă determină să vă apreciaţi mai mult propriul fel de a fi[31]. Nu gîndim neapărat astfel la nivel conştient, dar totuşi ar putea fi unul dintre motivele pentru care similaritatea ni se pare atrăgătoare.

Un al doilea motiv ar fi faptul că interesele noastre genetice ne dictează acest lucru[32]. Pentru strămoşii noştri primitivi, similaritatea – mai ales a înfăţişării şi a comportamentului – constituia unul dintre modurile cele mai adecvate de diferenţiere a rudelor de persoanele neînrudite. Acesta era un lucru important, deoarece doi oameni care arată şi se comportă similar tind să aibă în comun material genetic într-o măsură mai mare decît doi oameni care arată şi se comportă diferit. Oamenii, la fel ca multe alte specii, sînt motivaţi să-i ajute pe cei cu care au în comun material genetic. Din acest motiv, de exemplu, ne iubim propriii copii mai mult decît iubim copiii altor oameni şi le putem oferi mai multe dintre resursele noastre membrilor familiei decît străinilor[33]. Cînd ne ajutăm rudele genetice, ne ajutăm propriile gene să supravieţuiască în generaţiile următoare. Repet, nu procedăm astfel în mod conştient. Mai degrabă, cercetătorii consideră că, de-a lungul mileniilor, oamenii şi-au dezvoltat motivaţia de a-şi ajuta rudele genetice deoarece acest fapt le asigură supravieţuirea genelor proprii[34].

SÎNTEM ATRAŞI DE COMPLEMENTARITATE. Desigur, nimeni nu este *exact* ca dumneavoastră – toţi sîntem diferiţi în diverse moduri. Putem crede că extremele se atrag, dar în realitate similaritatea este adesea mai atractivă decît diferenţa. Totuşi, deşi sîntem atraşi de asemănări, putem fi atraşi şi de persoane diferite de noi înşine, dacă le considerăm diferenţele ca fiind *complementare* – adică benefice pentru noi, pentru că ne oferă o calitate care ne lipseşte. O persoană timidă poate fi atrasă de o persoană mai extrovertită, pentru că prietenul respectiv o poate ajuta să devină mai sociabilă. O persoană care preferă să planifice activităţile din timp poate fi atrasă de un prieten mai spontan.

În afara sălii de curs: Le puteţi propune studenţilor următoarea provocare: să cunoască pe cineva destul de diferit de ei înşişi. Sugeraţi-le să caute o persoană ale cărei valori, convingeri sau fond sînt substanţial diferite de ale lor şi să observe dificultăţile – dar şi satisfacţiile – asociate cu efortul necesar cunoaşterii persoanei respective.

Elementul-cheie al atracţiei bazate pe complementaritate este următorul : persoanele implicate trebuie să perceapă diferenţele dintre ele drept pozitive. De exemplu, poate că nu ne atrag oamenii cu convingeri religioase sau orientări politice radical diferite de ale noastre. Dacă sîntem convinşi că orientările şi convingerile noastre sînt corecte, putem concepe astfel de diferenţe ca fiind negative. Deoarece convingerile religioase şi orientările politice reflectă adesea modalităţile noastre fundamentale de a concepe lumea, putem considera punctele de vedere opuse ameninţătoare pentru ale noastre, perspectivă care ne poate diminua atracţia faţă de o persoană. Dacă ne plac modurile diferite de a gîndi însă, atunci putem considera diferenţele sub aspectul convingerilor şi orientărilor drept complementare ; prin urmare, am considera atrăgătoare şi un potenţial prieten o persoană cu convingeri diferite[35].

Teoria diminuării incertitudinilor

O a doua teorie majoră referitoare la motivarea întemeierii relaţiilor nu se axează pe atracţia interpersonală, ci pe incertitudinea pe care o simţim atunci cînd nu îi cunoaştem foarte bine pe alţii. Să presupunem că faceţi cunoştinţă cu cineva şi vreţi să cunoaşteţi mai bine persoana respectivă. Ce înseamnă a ajunge să cunoşti pe cineva? Conform specialiştilor în comunicare Charles Berger şi Richard Calabrese, înseamnă a ne diminua nivelul de incertitudine cu privire la persoana respectivă[36].

De exemplu, cînd întîlniţi pentru prima oară un coleg de serviciu nou, nu ştiţi multe despre el, aşa că nivelul de incertitudine este ridicat. **Teoria diminuării incertitudinilor**, elaborată de Berger şi Calabrese, sugerează că incertitudinea vi se va părea neplăcută, deci veţi fi motivat să v-o diminuaţi, folosind comportamente comunicaţionale pentru a-l cunoaşte. La început veţi discuta probabil despre lucruri elementare, de exemplu, unde locuieşte sau ce îi place să facă în timpul liber. Pe măsură ce o veţi cunoaşte mai bine, vă va dezvălui probabil informaţii mai personale despre ea. De asemenea, puteţi afla unele lucruri despre ea dacă acordaţi atenţie indicilor nonverbali, de exemplu, înfăţişării, vocii şi gesturilor. Conform teoriei diminuării incertitudinilor, fiecare nouă informaţie pe care o aflaţi vă diminuează şi mai mult incertitudinea.

➲ **teoria diminuării incertitudinilor** Teorie care sugerează că oamenii sînt motivaţi să-şi diminueze incertitudinile cu privire la ceilalţi.

Subiect de discuţie: O altă teorie – teoria dialecticii – sugerează că incertitudinea nu este întotdeauna negativă, evidenţiind că avem necesităţi opuse privind deschiderea (diminuarea incertitudinilor) şi închiderea (menţinerea incertitudinilor) în relaţiile noastre: este în regulă să ajungi să cunoşti bine pe cineva, dar este bine totodată să se menţină şi puţin mister.

Este important faptul că teoria diminuării incertitudinilor sugerează de asemenea că, cu cît sînteţi mai puţin nesigur, cu atît mai mult veţi simpatiza persoana respectivă. Deoarece nu ne place incertitudinea referitoare la alţii, veţi simpatiza mai mult alţi oameni pe măsură ce incertitudinea în privinţa lor scade. Relaţia dintre simpatie şi incertitudine, conform teoriei diminuării incertitudinii, este ilustrată în figura 9.1.

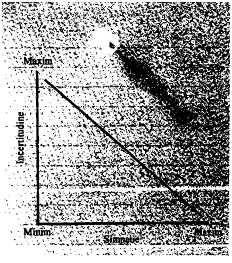


Figura 9.1. Teoria diminuării incertitudinilor. Conform teoriei diminuării incertitudinilor, pe măsură ce incertitudinile privind o persoană scad, simpatia faţă de aceasta se amplifică.

Teoria valorii rezultatului anticipat

Tocmai aţi aflat că, pe măsură ce incertitudinea dumneavoastră cu privire la noul coleg de serviciu se diminuează, probabil îl veţi simpatiza mai mult. Totuşi, ce se întîmplă dacă nu vă plac informaţiile pe care le aflaţi? Îl veţi simpatiza în continuare tot mai mult sau veţi dori să-l cunoaşteţi mai bine? Profesorul de comunicare Michael Sunnafrank propune o modalitate uşor diferită de a concepe modul în care creăm relaţii. Conform **teoriei valorii rezultatului anticipat**, elaborată de el, atunci cînd comunicăm pentru prima oară cu alţii, încercăm să ne dăm seama dacă o comunicare continuă cu ei va merita efortul depus[37].

➲ **teoria valorii rezultatului anticipat** Teorie conform căreia întemeiem relaţii atunci cînd credem că acestea merită efortul investit.

Dacă ne place ceea ce aflăm despre cineva pe parcursul conversaţiilor noastre iniţiale, anticipăm rezultate pozitive pentru comunicarea ulterioară cu persoana respectivă, adică vom vrea să o cunoaştem mai bine. În schimb, dacă nu ne place ceea ce aflăm despre cineva pe parcursul conversaţiilor iniţiale,

Uneori îi simpatizăm tot mai puțin pe unii oameni, pe măsură ce aflăm mai multe despre ei. Teoria valorii rezultatului anticipat sugerează că folosim comportamente de evitare pentru a nesemnala dezinteresul față deacestepersoane.

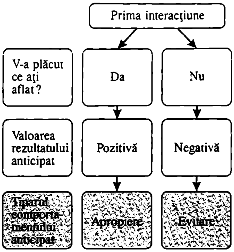


Figura 9.2. Teoria valorii rezultatului anticipat. Teoria valorii rezultatului anticipat susține că estimăm cît de pozitive vor fi în viitor interacțiunile noastre cu oamenii și ne comportăm față de ei în mod adecvat.

anticipăm rezultate negative pentru comunicarea ulterioară și nu vom fi motivați să ajungem să o/îl cunoaștem mai bine[38].

Există multe motive pentru care putem anticipa rezultate pozitive atunci cînd comunicăm prima oară cu o anumită persoană. Putem afla că avem multe în comun cu aceasta sau că are un minunat simț al umorului și că este amuzant să fim în preajma ei. De asemenea, putem afla că știe foarte multe despre un subiect care ne interesează, de exemplu, plimbările cu caiacul sau web designul, așa că aflăm mai multe despre aceste hobby-uri dacă sîntem în preajma sa. Dacă valorizăm aceste calități, atunci teoria lui Sunnafrank anticipează că vom iniția comportamente comunicaționale prin care urmărim să o cunoaștem mai bine, de exemplu, o comunicare verbală mai amplă și apropierea nonverbală[39].

În alte cazuri, putem anticipa rezultate negative cînd ajungem să cunoaștem pe cineva pentru prima oară. De exemplu, după ce petrecem un timp cu o cunoștință nouă, putem descoperi că îi critică mereu pe alții, este plictisitoare și foarte defensivă. Dacă ne displac aceste calități, teoria valorii rezultatelor anticipate afirmă că ne vom diminua comunicarea verbală și nonverbală cu ea sau o vom evita complet. Figura 9.2 ilustrează procesul teoriei valorii rezultatului anticipat.

Înțelegerea creării relațiilor

Teoria atracției, teoria diminuării incertitudinilor și teoria rezultatului anticipat ne ajută să înțelegem cum și cu cine ne creăm relații sociale. Conform teoriei atracției, vrem să cunoaștem oameni atunci cînd simțim o doză de atracție fizică, socială sau de atracție față de sarcini. Oricare dintre aceste tipuri de atracție ne va motiva să inițiem **comportamente de apropiere**, care sînt comportamente comunicaționale ce semnalează interesul față de o altă persoană. Printre comportamentele de apropiere se numără declarațiile verbale, de exemplu, a face cunoștință cu cineva și a-i pune întrebări despre sine. De asemenea, acestea includ și acțiuni nonverbale, de exemplu, zîmbetul și menținerea contactului vizual cu persoana respectivă. Folosim astfel de comportamente comunicaționale pentru a ne exprima dorința de a-i cunoaște pe alții, iar teoria atracției postulează că acestea sînt consecința atracției fizice, sociale și/sau atracției față de sarcini.

➲ **comportamente de apropiere** Comportamente comunicaționale care semnalează interesul cuiva de a cunoaște o persoană.

Conform teoriei diminuării incertitudinilor, scopul principal al inițierii comportamentelor de apropiere este adunarea de informații despre cealaltă persoană, pentru a ne diminua incertitudinea cu privire la ea. Cu cît incertitudinea noastră este diminuată, cu atît vom simpatiza persoana respectivă. După cum am văzut, această presupunere poate fi adevărată dacă cea mai mare parte a lucrurilor pe care le aflăm despre acea persoană sînt pozitive. Totuși, dacă aflăm că este bigotă, încăpățînată sau plictisitoare? Conform teoriei diminuării incertitudinilor, putem continua să simpatizăm mai mult respectiva persoană deoarece incertitudinea s-a redus.

Totuși, conform teoriei valorii rezultatului anticipat, persoana respectivă ar trebui să ne fie mai puțin simpatică, deoarece rezultatele pe care le anticipăm cunoscînd-o par mai puțin

promiţătoare. În consecinţă, ar trebui să nu mai fim motivaţi să ne implicăm în comportamente de apropiere cu persoana respectivă. Ar fi mai probabil să folosim **comportamente de evitare**, care sînt comportamente comunicaţionale ce semnalează absenţa interesului faţă de cineva. Ca în cazul comportamentelor de apropiere, printre comportamentele de evitare se numără atît acţiunile verbale, de exemplu, afirmaţia „te rog să mă laşi în pace", cît şi comportamente nonverbale, de exemplu, evitarea contactului vizual cu persoana respectivă şi faptul că nu petrecem timp cu ea. Prin urmare, conform teoriei valorii rezultatului anticipat, sîntem motivaţi să întemeiem relaţii cu oamenii doar cînd informaţiile iniţiale pe care le aflăm despre ei sînt pozitive.

➲ comportamente de evitare Comportamente comunicaţionale care semnalează absenţa interesului de a cunoaşte pe cineva.

Subiect de discuţie: Spuneţi-le studenţilor că teoriile ştiinţifice (de exemplu, teoria diminuării incertitudinilor şi teoria valorii rezultatului anticipat) ne determină adesea să facem anticipări diferite cu privire la acelaşi rezultat. Acest lucru se datorează faptului că ele ne atrag atenţia asupra unor caracteristici diferite, iar cercetătorii folosesc teste empirice pentru a stabili gradul de acurateţe al fiecărei teorii.

Totuşi, simpla *formare* a unei relaţii sociale nu înseamnă neapărat că vom vrea să o *menţinem*. Unele prietenii încep intens, dar se diminuează în timp, iar altele se dezvoltă şi se consolidează. Îndeosebi două tradiţii teoretice – teoria costului/beneficiilor şi conceptul comportamentelor de menţinere a relaţiilor – ne ajută să înţelegem de ce şi cum menţinem relaţiile sociale.

Teorii despre costuri şi beneficii

Să presupunem că sînteţi atras de o persoană, aţi ajuns să o cunoaşteţi şi aţi devenit prieteni. În acest moment, aţi încheiat procesul formării unei relaţii sociale. Cum veţi decide dacă vreţi să menţineţi relaţia sau să o lăsaţi să dispară? O modalitate ar fi să evaluaţi raportul dintre costurile şi beneficiile relaţionale.

Amintiţi-vă că relaţiile presupun atît costuri, cît şi beneficii. Investiţi anumite resurse într-o prietenie, de exemplu, timp, atenţie şi bani. În schimb, primiţi anumite beneficii, de exemplu, sprijin emoţional, distracţie şi ajutor. Două teorii specifice – teoria schimbului social şi teoria echităţii – ne ajută să înţelegem cum aceste costuri şi beneficii influenţează relaţiile pe care avem cea mai mare tendinţă de a le menţine.

TEORIA SCHIMBULUI SOCIAL ŞI FORMAREA RELAŢIILOR. Principiul călăuzitor al **teoriei schimbului social** este următorul: oamenii încearcă să menţină relaţii ale căror beneficii sînt mai mari decît costurile[40]. Gîndiţi-vă la relaţia cu un vecin. Există costuri asociate cu relaţia dintre vecini. Trebuie să fiţi dispus să acordaţi ajutor cînd este nevoie şi este posibil să nu mai beneficiaţi de intimitate, dacă vecinul dumneavoastră ştie cînd plecaţi şi cînd vă întoarceţi. De asemenea, o relaţie între vecini are şi avantaje, de exemplu, ştiţi că cineva poate avea grijă de locuinţă cît timp sînteţi plecat şi aveţi aproape o persoană a cărei companie vă face plăcere. Întrebarea, conform teoriei schimbului social, este dacă credeţi că beneficiile depăşesc costurile. Dacă răspunsul este afirmativ, atunci sînteţi înclinat să menţineţi relaţia; în caz contrar, sînteţi mai puţin înclinat să o menţineţi.

➲ teoria schimbului social Teorie conform căreia oamenii caută să întemeieze şi să menţină relaţii în care beneficiile depăşesc costurile.

Un concept important al teoriei schimbului social este **nivelul de comparaţie**, aşteptările dumneavoastră realiste cu privire la ceea ce vreţi şi credeţi că meritaţi de la o relaţie. Aşteptările dumneavoastră se bazează atît pe experienţele dumneavoastră cu relaţiile sociale, cît şi pe normele culturale predominante pentru astfel de relaţii. Poate credeţi că vecinii ar trebui să fie prietenoşi şi să vă ajute cînd aveţi nevoie, dar

➲ nivel de comparaţie Aşteptările realiste ale unei persoane privind ceea ce persoana respectivă vrea şi crede că merită de la o relaţie.

în rest ar trebui să-și vadă de treaba lor. Aceste idei vor face parte din nivelul dumneavoastră de comparaţie pentru propriile relaţii între vecini. De asemenea, puteţi crede că prietenii ar trebui să aibă grijă să vă fie bine, să vă păstreze întotdeauna secretele şi să vă sprijine chiar şi atunci cînd nu sînt de acord cu deciziile pe care le luaţi. Aceste dorinţe şi aşteptări vor face parte din nivelul de comparaţie pentru propriile dumneavoastră prietenii.

La fel de important este **nivelul de comparaţie pentru alternative**. Acest concept se referă la convingerile dumneavoastră legate de cît de bună sau de rea este relaţia actuală, în comparaţie cu opţiunile pe care le percepeţi. Sînteţi satisfăcut de relaţiile cu vecinii sau credeţi că aţi avea vecini mai buni dacă v-aţi muta? De asemenea, sînteţi mulţumit de prieteniile dumneavoastră actuale sau credeţi că v-ar fi mai bine dacă v-aţi găsi prieteni noi? Conform teoriei schimbului social, menţinem relaţii cînd credem că a proceda astfel este mai bine decît o alternativă, ca, de exemplu, finalizarea relaţiilor sau găsirea altora noi. În schimb, avem tendinţa de a pune capăt relaţiilor, dacă credem că a le menţine este mai rău decît alternativele.

⊃ nivel de comparaţie pentru alternative Evaluarea unei persoane privind cît de bună este relaţia ei actuală, în comparaţie cu alte opţiuni.

		Nivel de comparaţie	
		Maxim	*Minim*
Nivel de comparaţie pentru alternative	*Minim*	Relaţia dumneavoastră este satisfăcătoare, dar puteţi fi înclinat să îi puneţi capăt, dacă o relaţie mai satisfăcătoare pare probabilă.	Aveţi tendinţa să fiţi nesatisfăcut de această relaţie şi probabil veţi căuta oportunităţi de a o încheia.
	Maxim	Probabil veţi fi satisfăcut de această relaţie şi nu veţi avea tendinţa să îi puneţi capăt.	Deşi relaţia nu vi se va părea satisfăcătoare, este puţin probabil să îi puneţi capăt.

Figura 9.3. Nivelul de comparaţie şi nivelul de comparaţie pentru alternative în teoria schimbului social. Teoria schimbului social susţine că sînt posibile patru rezultate cînd ne combinăm nivelul de comparaţie cu nivelul de comparaţie pentru alternative.

Studiile sugerează că, în unele relaţii, nivelul de comparaţie pentru o anumită relaţie va avea o influenţă puternică asupra gradului de satisfacţie pe care-l veţi simţi în relaţia respectivă[41]. Totuşi, nivelul de comparaţie pentru alternative va influenţa şi mai mult durabilitatea relaţiei respective. Chiar şi prieteniile satisfăcătoare pot lua sfîrşit dacă alternativele sînt mai atrăgătoare. Comparativ, prieteniile nesatisfăcătoare rezistă uneori în timp. În figura 9.3 este prezentată asociaţia dintre nivelul de comparaţie şi nivelul de comparaţie pentru alternative.

Subiect de discuţie: Avem niveluri de comparaţie pentru diverse tipuri de relaţii (de exemplu, aşteptări privind prieteniile, în general) şi pentru relaţii specifice (de exemplu, aşteptări legate de o anumită prietenie). De asemenea, nivelurile noastre de comparaţie se modifică în timp. Putem avea o concepţie mai romantică în privinţa relaţiilor cînd sîntem tineri, dar pe măsură ce înaintăm în vîrstă aşteptările noastre devin mai realiste.

Să presupunem că prietena dumneavoastră Clarissa are simţul umorului foarte dezvoltat, îi plac multe dintre activităţile pe care le preferaţi şi dumneavoastră şi este întotdeauna

dispusă să vă asculte cînd aveţi o problemă. În măsura în care valorizaţi aceste caracteristici, veţi percepe că prietenia cu ea vă satisface nivelul de comparaţie pentru prietenii. Poate că Clarissa are şi tendinţa de a bîrfi şi de a-i vorbi de rău pe alţii cînd sînteţi împreună. Nu numai că acest comportament vi se pare neatrăgător, dar vă face totodată să vă întrebaţi ce spune despre dumneavoastră cînd nu sînteţi în preajmă. De asemenea, aţi văzut-o pe Clarissa comportîndu-se într-un mod lipsit de onestitate, de exemplu, atunci cînd l-a acuzat pe un coleg de clasă de furt, deşi ştia că acesta nu era vinovat. Dacă lipsa de onestitate şi tendinţa de a bîrfi vi se par calităţi neatrăgătoare, puteţi percepe că prietenia duneavoastră nu vă satisface nivelul de comparaţie pentru prietenie. Într-adevăr, vă puteţi gîndi să puneţi capăt prieteniei cu Clarissa după ce aţi văzut-o purtîndu-se astfel. Totuşi, teoria schimbului social susţine că în primul rînd trebuie să evaluaţi cît de atractive sînt alternativele de care dispuneţi.

Să presupunem că puneţi capăt prieteniei cu Clarissa. În acest caz, nu va mai trebui să-i toleraţi bîrfele şi lipsa de onestitate. Totuşi, concomitent, veţi pierde ceea ce apreciaţi mai mult la ea ca prietenă, inclusiv simţul umorului şi disponibilitatea de a asculta. Dacă aveţi alţi prieteni care vă oferă aceleaşi beneficii – sau credeţi că v-aţi putea face astfel de prieteni –, aţi putea decide că merită să puneţi capăt relaţiei cu Clarissa. În această situaţie, aţi decis că nivelul de comparaţie pentru alternative depăşeşte nivelul de comparaţie. Deoarece credeţi că vă va fi mai bine dacă nu o veţi mai avea prietenă pe Clarissa, probabil veţi pune capăt acestei relaţii, conform teoriei schimbului social.

Invers, să presupunem că nu aveţi alţi prieteni care să vă ofere beneficiile pe care vi le oferă Clarissa. Poate că tocmai v-aţi mutat în zona respectivă şi ea este singura dumneavoastră prietenă apropiată. Puteţi conchide că, deşi vă displac unele comportamente ale ei, vă este mai bine dacă menţineţi relaţia, în loc să îi puneţi capăt. În situaţia respectivă, aţi decis că nivelul dumneavoastră de comparaţie depăşeşte nivelul de comparaţie pentru alternative. Deoarece credeţi că vă va fi mai bine dacă veţi continua să fiţi prieten cu Clarissa, probabil că veţi menţine relaţia.

Despre materiale media: Filmul *Bully* (2001), bazat pe evenimente reale, descrie un elev de liceu al cărui prieten îl supune unor abuzuri fizice şi psihologice constante. Victima şi ceilalţi prieteni ai săi îl ucid în cele din urmă pe hărţuitor în mod violent, convinşi că aceasta era unica lor alternativă.

O contribuţie majoră a teoriei schimbului social constă în faptul că oferă o explicaţie a motivului pentru care oamenii menţin relaţii care par să fie prea costisitoare. De exemplu, oamenii se întreabă adesea de ce menţinem o prietenie abuzivă. Orice tip de abuz – fie acesta fizic, psihologic sau emoţional – reprezintă un cost, mai degrabă decît un beneficiu într-o relaţie. Totuşi, pentru persoana supusă abuzului, alegerea de a menţine relaţia abuzivă sau de a-i pune capăt este rareori atît de simplă precum li se pare celor din exterior. În opinia unor victime ale abuzului, calităţile celeilalte persoane îi compensează defectele: prin urmare rămîn la un nivel de comparaţie favorabil. Alte victime cred că acele costuri asociate cu terminarea relaţiei – care ar putea include singurătatea, pierderea altor prieteni şi chiar ameninţări cu violenţa – depăşesc costurile pe care le presupune rămînerea în relaţia respectivă. În acest caz, nivelul de comparaţie depăşeşte nivelul comparaţiei pentru alternative. Respectivele persoane recunosc că relaţia este rea, dar sînt convinse că efectele încheierii relaţiei ar fi şi mai rele.

TEORIA ECHITĂŢII ŞI FORMAREA RELAŢIILOR. Dacă analizaţi relaţiile sociale sub aspectul costurilor şi beneficiilor, este uşor să sesizaţi că ambele persoane dintr-o relaţie pot să nu profite în mod egal. Imaginaţi-vă că prietena dumneavoastră Chandra vă trimite întotdeauna SMS-uri despre problemele ei, dar nu are niciodată timp să vă asculte problemele dumneavoastră. Ea beneficiază de timpul şi de atenţia dumneavoastră, fără costul de a vă acorda şi ea timpul şi atenţia proprie. Spre deosebire de ea, investiţi în prietenie mai mult decît obţineţi.

În situaţia respectivă, Chandra are un **surplus de beneficii**, iar dumneavoastră aveţi un **deficit de beneficii**. Conform **teoriei echităţii**, această situaţie atrage cu siguranţă

➲ **surplus de beneficii** Starea în care beneficiile relaţionale depăşesc costurile relaţionale.

deficit de beneficii Stare în care costurile relaționale depășesc beneficiile relaționale.

teoria echității Teorie care anticipează că o relație bună este cea în care raportul dintre costurile și beneficiile unei persoane este egal cu cel dintre costurile și beneficiile partenerului său.

Etica în prim-plan: Într-o prietenie, cît de etic este să te afli într-o permanentă stare de suprabeneficiere? Dacă prietenia este o relație între egali, acest lucru este corect?

necazuri[42]. Teoria echităţii împrumută conceptele de cost şi beneficiu de la teoria schimbului social şi le extinde, definind o relaţie bună drept una în care raportul dintre costurile şi beneficiile dumneavoastră este egal cu raportul dintre costurile şi beneficiile partenerului. Este bine dacă depuneţi eforturi mai mari în relaţia respectivă, comparativ cu prietena dumneavoastră, atît timp cît aveţi mai multe beneficii decît aceasta. De exemplu, dacă doar dumneavoastră vă ocupaţi de gătit într-o seară, dar Chandra vă permite să staţi în apartamentul ei gratis, probabil că profitaţi mai mult de pe urma acestei prietenii decît Chandra, deşi depuneţi mai multe eforturi.

Dacă ambii parteneri obţin acelaşi nivel de beneficii, dar costurile dumneavoastră sînt mai mari decît cele ale partenerului, teoria echităţii prevede că nu veţi dori să menţineţi acea relaţie. Observaţia nu înseamnă că relaţiile trebuie să fie echitabile în orice moment sau în fiecare caz. Totuşi, ea sugerează că trebuie să fie echitabile pe termen lung.

Pentru a ilustra această idee, să presupunem că luaţi în mod regulat cina cu prietenul dumneavoastră Braden, iar el achită nota de plată aproape de fiecare dată. Presupunînd că ambilor vă face la fel de multă plăcere compania celuilalt, ar părea să fie o prietenie în care Braden are un deficit de beneficii, iar dumneavoastră un surplus. Să presupunem totuşi că aţi cumpărat bilete de avion pentru bunicii lui, ca să poată veni la ceremonia lui de absolvire a universităţii. Din punct de vedere financiar, această contribuţie echivalează valoarea cîtorva cine. Prin urmare, investiţiile financiare ale ambilor prieteni sînt echivalente, pe termen lung.

Comportamente de menținere a relațiilor

Teoria schimbului social şi teoria echităţii explică *de ce* alegem să menţinem relaţiile. În schimb, conceptul comportamentelor de menţinere a relaţiilor explică *modul* în care le menţinem. Să ne imaginăm acum că v-aţi împrietenit cu cineva şi ambii sînteţi satisfăcuţi de costurile şi beneficiile prieteniei respective. Veţi dori să menţineţi relaţia, pentru ca ea să continue să se dezvolte şi să prospere. Cum realizaţi acest lucru? Specialiştii în comunicare Laura Stafford şi Dan Canary au descoperit că utilizăm îndeosebi cinci **comportamente de menţinere a relaţiilor**: atitudinea pozitivă, deschiderea, asigurările, reţelele sociale şi împărţirea sarcinilor[43].

comportamente de menținere a relației Comportamente folosite pentru a menține și consolida relațiile personale.

Despre materiale media: Scheciul „Debbie Downer" din cadrul emisiunii *Saturday Night Show* ilustrează cît de dificil este să te afli în preajma unor persoane care au o atitudine negativă permanentă. Puțini oameni sînt veseli și respectuoși tot timpul, dar relațiile se mențin într-o măsură mult mai mare prin comportamente pozitive decît negative.

Atitudinea pozitivă. Comportamentele care presupun o *atitudine pozitivă* îi determină pe ceilalţi să se simtă confortabil alături de noi. Printre comportamentele cu o atitudine pozitivă se numără a fi prietenos şi vesel, a da dovadă de respect şi a ne abţine să-i criticăm pe alţii. Oamenii care adoptă comportamente cu o atitudine pozitivă zîmbesc frecvent, îşi exprimă afecţiunea şi aprecierea pentru ceilalţi şi nu se plîng. Cu alte cuvinte, compania lor este plăcută şi amuzantă. După cum vă daţi seama, aceste tipuri de comportament tind să facă persoanele respective foarte simpatizate[44]. În schimb, comportamente precum văicăritul, criticile la adresa altora şi îmbufnarea atunci cînd lucrurile nu merg aşa cum ne dorim reflectă o diminuare a atitudinii pozitive.

AVEŢI APTITUDINI ?

OFERIREA ASIGURĂRILOR

Asigurările verbale ne pot consolida relaţiile apropiate.

Ce ?	De ce ?	Cum ?	Încercaţi !
Învăţaţi să oferiţi asigurări verbale relaţionale.	Pentru a menţine relaţii sociale importante, de exemplu, cele cu prietenii sau colegii de serviciu.	1. Prin comportamente verbale sau nonverbale, evidenţiaţi-vă implicarea în relaţie. 2. Cînd aveţi ocazia, asiguraţi-vă prietenul sau partenerul relaţional că îl apreciaţi şi că aveţi intenţia să menţineţi relaţia respectivă în viitorul previzibil.	1. Spuneţi-i unui prieten bun cît de mult ţineţi la el şi cît de bucuros sînteţi de prietenia voastră. 2. Discutaţi despre o activitate distractivă pe care aţi putea-o face în viitor împreună cu prietenul dumneavoastră, de exemplu, o excursie.

ANALIZAŢI: ***În ce moduri vă puteţi asigura prietenul că îl preţuiţi ?***

DESCHIDEREA. *Deschiderea* semnifică dorinţa unei persoane de a discuta cu prietenul sau partenerul său relaţional despre relaţia lor. Persoanele care folosesc această strategie de menţinere a relaţiei tind să-şi dezvăluie gîndurile şi sentimentele, îşi întreabă prietenul ce simte despre relaţie şi îi fac confidenţe. Deşi este posibil ca într-o relaţie să fie prea multă deschidere, un nivel optim de deschidere va contribui la menţinerea şi consolidarea relaţiei[45]. Cînd oamenii refuză să-şi împărtăşească gîndurile şi sentimentele cu alţii sau nu reacţionează în acelaşi mod la deschiderea altora, ei dau dovadă de un nivel scăzut de deschidere.

Subiect de discuţie: Expresia „prea multe informaţii" a apărut ca modalitate de a arăta că o persoană dezvăluie mai multe lucruri decît ar fi adecvat.

ASIGURĂRILE. Stafford şi Canary definesc *asigurările* drept comportamente verbale şi nonverbale folosite de oameni pentru a-şi ilustra devotamentul şi fidelitatea faţă de alţii. O afirmaţie precum „Sigur că te ajut; eşti cel mai bun prieten al meu" comunică mesajul că persoana care o rosteşte este dedicată relaţiei şi că îşi asigură prietenul sau partenerul că relaţia respectivă are un viitor[46]. În schimb, cînd oamenii nu recunosc importanţa prieteniilor, ei transmit mesajul că nu sînt prea implicaţi în ele. Exersaţi-vă capacitatea de a da asigurări, citind caseta „Aveţi aptitudini ? " de mai sus.

REŢELELE SOCIALE. Sintagma *reţele sociale* se referă la toate prieteniile şi relaţiile familiale ale unei persoane. Un comportament important de menţinere a relaţiilor este a-i prezenta altei persoane reţelele sociale proprii. De exemplu, doi prieteni apropiaţi tind să-şi cunoască unul altuia familiile, colegii de serviciu şi alţi prieteni. Cînd se întîmplă acest lucru, spunem că reţelele sociale ale prietenilor sînt convergente. Potrivit studiilor, convergenţa este o modalitate importantă de a menţine relaţiile stabile şi puternice[47]. Oamenii subminează această convergenţă cînd îşi vorbesc de rău prietenii şi rudele prietenilor sau evită în mod intenţionat să petreacă timp împreună cu aceştia.

Subiect de discuţie: Multe relaţii sociale depind de împărţirea echitabilă a sarcinilor. De exemplu, vecinii se aşteaptă în general să beneficieze la rîndul lor de favorurile pe care le fac. Dacă sarcinile nu sînt împărţite echitabil într-o relaţie, atunci un partener are un surplus de beneficii, iar celălalt are un deficit de beneficii.

PE SCURT • CELE CINCI COMPORTAMENTE PRINCIPALE DE MENȚINERE A RELAȚIILOR

Atitudinea pozitivă • Purtare prietenoasă, politețe, abținerea de la critici
Deschiderea • Dorința de a discuta despre relație
Asigurările • Exprimarea și evidențierea devotamentului și fidelității
Rețelele sociale • Prietenul este introdus în cercul celorlalți prieteni, al membrilor familiei și al colegilor de serviciu
Împărțirea sarcinilor • Efectuarea sarcinilor care vă revin în mod echitabil în cadrul relației

ÎMPĂRTIREA SARCINILOR. După cum sugerează sintagma, *împărțirea sarcinilor* înseamnă efectuarea sarcinilor care vă revin în mod echitabil într-o prietenie. De exemplu, dacă prietena dumneavoastră vă duce cu maşina la aeroport ori de cîte ori aveţi nevoie, atunci este echitabil să o ajutaţi să-şi zugrăvească apartamentul, atunci cînd vă roagă. Dacă un coleg de cameră vă găteşte cina, este echitabil să spălaţi vasele după aceea. După cum am văzut, implicarea într-o relaţie socială necesită o investiţie de timp şi de efort. Prin urmare, o modalitate de menţinere a relaţiei este să vă asiguraţi că cele două părţi implicate contribuie în mod egal[48]. Cînd vă aşteptaţi ca prietenii să vă facă favoruri fără să le întoarceţi serviciile, nu împărţiţi sarcinile în mod egal.

Înțelegerea menținerii relațiilor

Pentru a înţelege relaţiile sociale, trebuie să analizăm atît motivele pentru care oamenii menţin astfel de relaţii, cît şi modurile în care le menţin. Atît teoria schimbului social, cît şi teoria echităţii explică de ce oamenii îşi menţin relaţiile, concentrîndu-se asupra beneficiilor şi costurilor asociate cu relaţiile respective. După cum am observat, relaţiile dumneavoastră sociale vă aduc anumite beneficii, de exemplu, plăcere, siguranţă şi ajutor financiar, şi implică totodată unele costuri, cum ar fi timpul şi atenţia dumneavoastră şi resurse financiare. Beneficiile pe care le obţineţi de la o anumită relaţie merită costurile pe care le presupune relaţia respectivă? Şi teoria schimbului social, şi teoria echităţii vă ajută să răspundeţi la această întrebare, deşi în moduri uşor diferite.

TEORIA SCHIMBULUI SOCIAL ŞI MENŢINEREA RELAŢIILOR. Teoria schimbului social ne îndeamnă să comparăm costurile şi recompensele relaţiilor actuale cu cele ale alternativelor. Să presupunem că decideţi dacă să menţineţi relaţia cu prietena dumneavoastră Betsy. O alternativă ar fi să puneţi pur şi simplu capăt acestei prietenii. O altă opţiune ar fi să o înlocuiţi cu un alt prieten. Conform teoriei schimbului social, menţinerea relaţiei cu Betsy sau adoptarea uneia dintre respectivele alternative depinde de percepţia dumneavoastră asupra costurilor şi beneficiilor asociate cu fiecare opţiune. Din perspectiva acestei teorii, veţi alege în cele din urmă opţiunea care vă avantajează cel mai mult.

TEORIA ECHITĂŢII ŞI MENŢINEREA RELAŢIILOR. Spre deosebire de teoria schimbului social, teoria echităţii ne determină să comparăm costurile şi beneficiile relaţiei actuale cu costurile şi beneficiile sale pentru partenerul nostru. Dacă meditaţi dacă să rămîneţi prieten cu Betsy, prin urmare, veţi compara raportul dintre costurile şi beneficiile dumneavoastră cu raportul dintre costurile şi beneficiile ei. Vă veţi strădui, conform teoriei echităţii, să stabiliţi un echilibru între raportul costuri/beneficii în ceea ce vă priveşte şi în ceea ce o priveşte pe Betsy. Din perspectiva acestei teorii, preferăm relaţiile în care avem beneficii egale – nici mai mari, nici mai mici decît partenerii noştri.

Personajul Sally Field din comedia Doamna Doubtfire *considera spiritul dezinvolt al soțului ei și simțul umorului drept beneficii. În timp însă, a ajuns să considere trăsăturile respective drept costuri.*

Modificări ale costurilor şi beneficiilor. Este important că unele dintre caracteristicile pe care le considerăm beneficii se pot transforma în costuri. În filmul *Doamna Doubtfire*, Miranda Hillard (interpretată de Sally Field) divorţează de soţul ei, Daniel (interpretat de Robin Williams). Ea angajează apoi o menajeră, pe doamna Doubtfire, care, fără ştirea ei, este de fapt soţul ei deghizat. Într-o conversaţie cu doamna Doubtfire, Miranda îl descrie pe Daniel ca avînd un minunat simţ al umorului şi capacitatea de a o face să rîdă. La începutul căsătoriei, ea considera trăsătura respectivă un beneficiu. Totuşi, în timp, incapacitatea lui Daniel de a se lua în serios responsabilităţile părinteşti i-au erodat răbdarea. Cu alte cuvinte, umorul lui, pe care Miranda îl considerase anterior un beneficiu, devenise un cost.

Desigur, şi opusul este adevărat: costurile se pot transforma în beneficii. De exemplu, puteţi considera convingerile politice ale unui prieten un cost dacă sînt radical diferite de ale dumneavoastră, pentru că vă simţiţi iritat şi pus în defensivă atunci cînd şi le exprimă. În timp, vă puteţi da seama că ideile lui v-au lărgit orizontul de gîndire şi v-au ajutat să înţelegeţi anumite aspecte politice. Ceea ce aţi considerat iniţial un cost al prieteniei respective vi se poate părea acum un beneficiu.

Pe scurt, după ce stabilim relaţii, le menţinem prin intermediul comportamentelor de comunicare. Unele dintre cele mai importante tipuri de comportamente de menţinere a relaţiilor sînt atitudinea pozitivă, deschiderea, oferirea asigurărilor, implicarea partenerului în reţelele noastre sociale şi împărţirea sarcinilor. Alte modalităţi de menţinere a relaţiilor sociale sînt favorurile acordate prietenilor şi întrebările permanente despre felul în care decurge viaţa lor. De asemenea, mulţi prieteni îşi menţin relaţiile implicîndu-se împreună în interesele lor comune, de exemplu, urmărind evenimente sportive, mergînd la filme şi testînd reţete noi[49]. În diverse moduri, fiecare dintre aceste comportamente transmite aprecierea şi valorizarea prietenului, precum şi faptul că ne face plăcere compania persoanei respective. Deoarece prieteniile sînt în mare parte voluntare, dacă oamenii se simt apreciaţi şi valorizaţi, ei pot fi motivaţi să le menţină.

ÎNVĂŢAŢI Care este diferenţa dintre atracţia fizică, socială şi atracţia faţă de sarcini? Conform teoriei diminuării incertitudinilor, care este relaţia dintre incertitudine şi simpatizare? Conform teoriei valorii rezultatului anticipat, atunci cînd anticipăm rezultate pozitive, ce anume sîntem motivaţi să facem? Ce înseamnă nivelul de comparaţie pentru alternative? Ce înseamnă deficitul de beneficii şi surplusul de beneficii? La ce comportamente fac apel oamenii pentru a menţine relaţiile?

APLICAŢI Alegeţi una dintre relaţiile dumneavoastră de prietenie şi propuneţi-vă să exersaţi cele cinci comportamente de menţinere a relaţiilor – atitudinea pozitivă, deschiderea, oferirea de asigurări, implicarea în reţelele sociale şi împărţirea sarcinilor – cu prietenul respectiv, pe parcursul cîtorva săptămîni. Într-o însemnare de tip jurnal, descrieţi modalităţile în care aţi pus în practică fiecare comportament comunicaţional şi reacţiile pe care le-aţi înregistrat din partea prietenului.

REFLECTAŢI Simţiţi că aveţi un surplus de beneficii într-una dintre relaţiile dumneavoastră? Ce comportamente de menţinere a relaţiilor sînt cele mai importante în relaţiile dumneavoastră sociale?

3. Caracteristicile prieteniilor

Diversele dumneavoastră prietenii sînt probabil la fel de diferite şi de individuale ca înşişi prietenii pe care îi aveţi. Unele dintre aceste prietenii pot fi de lungă durată şi seamănă mult cu relaţiile de rudenie. Altele pot fi specifice anumitor contexte, de exemplu, serviciul, şcoala

sau locul unde faceţi voluntariat. Totuşi, deşi fiecare este unică în anumite moduri, aproape toate prieteniile au caracteristici comune. În această secţiune vom analiza cinci caracteristici comune ale prieteniilor.

Prieteniile sînt voluntare

Una dintre trăsăturile definitorii ale prieteniilor este faptul că sînt *voluntare*[50]. Noi ne alegem prietenii, iar ei ne aleg pe noi şi nu trebuie să fim prieteni cu nici o persoană cu care nu vrem să fim prieteni. Aceasta este una dintre trăsăturile speciale ale prieteniilor : ambii prieteni sînt implicaţi în relaţia respectivă de bunăvoie.

Subiect de discuţie: Întrebaţi-vă studenţii dacă pot da exemple de prietenii în care sînt implicaţi fără voia lor.

Prietenia este voluntară, ceea ce nu înseamnă însă că ne alegem prietenii în mod arbitrar. Dimpotrivă, prieteniile necesită comportamente comunicaţionale din partea noastră şi din partea prietenilor noştri. Trebuie nu numai să interacţionăm cu alţii pentru a întemeia prietenii, în primul rînd trebuie şi să folosim comportamente de menţinere a relaţiilor, ca, de exemplu, atitudinea pozitivă, deschiderea, asigurările, convergenţa reţelelor şi împărţirea sarcinilor, pentru a le perpetua.

Deoarece prietenia este voluntară, înseamnă că trebuie să ne străduim să avem cît mai mulţi prieteni posibil ? Cu siguranţă, prietenii ne aduc beneficii, dar în unele contexte – de exemplu, în cazul contului de Facebook – este posibil să avem *prea mulţi* prieteni, după cum se explică în caseta „Comunicarea : zona luminoasă".

Comunicarea: zona luminoasă

PRIETENI PE FACEBOOK: 302 ESTE NUMĂRUL MAGIC

Oricît de valoroase ar fi prieteniile, studiile sugerează că este posibil să avem *prea mulţi* prieteni – cel puţin pe Facebook.

Ideea vi se poate părea lipsită de logică. La urma urmei, în *viaţa reală*, a avea mulţi prieteni arată că sînteţi popular, admirat şi simpatizat de cei din jur, trăsături care vă pun într-o lumină pozitivă. Prin urmare, s-ar părea că a avea cîteva sute (sau chiar cîteva mii) de prieteni pe Facebook v-ar putea face să păreţi deosebit de impresionant.

Cu toate acestea, specialiştii în comunicare de la Michigan State University au descoperit altceva cînd le-au cerut studenţilor să evalueze gradul de simpatie pe care îl inspiră o persoană care are 102, 302, 502, 702 sau 902 prieteni pe Facebook. După cum aţi putea anticipa, persoana cu cont pe Facebook care avea doar 102 prieteni a fost considerată cel mai puţin simpatică. Totuşi, scorul simpatiei a înregistrat maximum la 302 prieteni, iar apoi a scăzut tot mai mult. Cu alte cuvinte, subiectul experimentului era considerat mai simpatic dacă avea 302 prieteni decît dacă avea 502, 702 sau 902.

Cercetătorii au sugerat că oamenii care au cîteva sute de prieteni pe Facebook sau mai mulţi ar putea fi percepuţi drept superficiali, deoarece ar fi extrem de dificil să menţină relaţii de prietenie de foarte bună calitate cu atît de mulţi oameni. Studiul lor arată că, pentru a părea demn de simpatie, dar nu superficial, numărul optim de prieteni pe Facebook este aproximativ 300.

Sursa : Tong, S.T., Van Der Heide, B., Langwell, L., Walther, J.B. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, pp. 531-549.

De obicei, prieteniile se leagă între egali

➲ **egal** Persoane cu putere similară sau cu un statut similar.

A doua caracteristică importantă a prieteniei este că ea constituie de obicei o relaţie între egali. Un **egal** este o persoană cu o putere sau un statut similare cu cele proprii.

profesorii, şeful şi părinţii nu vă sînt egali, deoarece toţi aceştia exercită o anumită doză de control asupra dumneavoastră. Majoritatea concepem prietenia drept o relaţie dintre egali - cu alte cuvinte, oameni care ne sînt egali, care nu au mai multă sau mai puţină putere decît noi.

Oare acest lucru înseamnă că nu putem deveni prieteni cu profesorii noştri, cu şeful sau cu părinţii? Absolut deloc - de fapt, mulţi dintre noi îi considerăm pe aceştia prieteni foarte buni. Putem avea prietenii satisfăcătoare cu persoane care au un anumit tip de putere asupra noastră. Totuşi, aceste relaţii pot fi şi foarte complicate. Cînd un prieten îşi exercită puterea asupra dumneavoastră, pot apărea conflicte între caracterul voluntar al prieteniei voastre şi caracterul involuntar al relaţiei părinte-copil, profesor-student sau angajat-angajator. De exemplu, un profesor care vă este totodată prieten poate oscila între a vă acorda o notă bună sau a vă acorda nota mai slabă pe care o meritaţi. Într-o astfel de situaţie, el poate simţi că aşteptările legate de prietenia voastră şi aşteptările asociate cu relaţia voastră profesională sînt în conflict.

Prieteniile sînt guvernate de reguli

Sub anumite aspecte, o prietenie seamănă cu un contract social în care ambele părţi sînt de acord. Fiind prietenul cuiva, recunoaşteţi - cel puţin implicit - că vă aşteptaţi la anumite lucruri de la persoana respectivă şi că el/ea se poate aştepta la anumite lucruri de la dumneavoastră. Aceste aşteptări sînt posibile deoarece prieteniile au reguli. Chiar dacă regulile nu sînt precizate explicit, majoritatea persoanelor dintr-o anumită societate le cunosc şi le înţeleg, de obicei[51].

După cum veţi vedea în secţiunea „Pe scurt", cercetătorii au identificat şi au studiat multe dintre regulile pe care se fundamentează prieteniile. Unele dintre aceste reguli se referă la anumite comportamente (de exemplu, vă susţineţi prietenii şi nu îi criticaţi în public), în timp ce altele se referă la atitudinea sau sentimentele faţă de prieteni (ar trebui să aveţi încredere în ei şi să nu fiţi gelos pe ceilalţi prieteni ai lor). Aţi fost poate implicat într-o prietenie în care una sau mai multe dintre aceste reguli implicite a fost încălcată. De exemplu, poate că un prieten v-a criticat pe la spate sau nu a participat la activităţi planificate împreună. La fel ca în cazul regulilor de comunicare în general - despre care am discutat în capitolul 1 -, regulile privind prietenia devin clare doar cînd cineva le încalcă. Conform cercetătorilor, majoritatea oamenilor sînt de acord că există modalităţi bune şi rele de a ne comporta cu prietenii[52].

Cercetarea în prim-plan: Un studiu la care au răspuns subiecţi din Marea Britanie, Japonia, Italia şi Hong Kong a relevat o anumită variaţie culturală în aplicarea acestor reguli privind prietenia. De exemplu, respondenţii japonezi tindeau într-o măsură mai mică decît alţii să afirme că prietenii ar trebui să se susţină reciproc sau ar trebui să-şi ofere sprijin emoţional la nevoie. Respondenţii italieni au susţinut într-un procent mai mic decît alţii că prietenii nu ar trebui să se critice unii pe alţii. Unele reguli, de exemplu, respectarea intimităţii unui prieten, au fost susţinute în mod egal de toate grupurile culturale[iii].

[iii] Argyle, M., Henderson, M., Bond, M., Iizuka, Y., Contarello, A. (1986). Cross-cultural variations in relationships rules. *International Journal of Psychology*, 21, pp. 287-315.

Prieteniile diferă în funcţie de sex

Probabil că aţi observat unele diferenţe între prieteniile pe care le aveţi cu femei şi cele cu bărbaţi. De fapt, cercetătorii au scris cărţi întregi despre diferenţele şi asemănările dintre prietenii şi comportamentele prietenilor, din perspectiva apartenenţei la un anumit sex. În secţiunea de faţă, vom analiza aceste diferenţe şi asemănări separat, în cazul prieteniilor dintre persoane de acelaşi sex şi persoane de sex diferit.

PE SCURT • REGULI ALE PRIETENIEI

Cercetătorii Michael Argyle și Monika Henderson au confirmat că oamenii au anumite reguli privind prietenia. Atunci cînd părțile implicate în relație respectă aceste reguli, prieteniile respective tind să fie mai solide. Iată cîteva dintre cele mai importante reguli ale prieteniei, descoperite de Argyle și Henderson. Ce reguli ați adăuga pe această listă?

- Luați apărarea prietenului în absența sa.
- Aveți încredere unul în celălalt.
- Oferiți-vă ajutorul prietenului cînd are nevoie.
- Nu vă criticați prietenul în public.
- Păstrați secretele prietenului.
- Oferiți-i sprijin emoțional la nevoie.
- Respectați intimitatea prietenului.
- Nu fiți gelos pe ceilalți prieteni ai săi.

Sursa: Argyle, M., Henderson, M. (1984). The rules of friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1, pp. 211-237.

PRIETENII DE ACELAȘI SEX. Una dintre cele mai consecvente descoperiri privind prieteniile de același sex constă în faptul că femeile și bărbații valorizează aspecte diferite ale respectivelor prietenii. În esență, în cadrul prieteniilor dintre femei se pune un accent mai mare pe expresivitatea conversațională și emoțională, iar în prieteniile dintre bărbați se pune accent pe activitățile și interesele comune[53].

De exemplu, Juanita și Lindsay, prietene foarte bune, se întîlnesc adesea doar ca să stea de vorbă și să se pună la curent cu noutățile. Vizitele lor includ adesea împărtășirea sentimentelor cu privire la ceea ce se întîmplă în viețile lor. Pe parcursul acestor discuții, Juanita și Lindsay se ascultă una pe alta și își exprimă sprijinul și afecțiunea reciprocă. Uneori, participă la o activitate în timp ce discută, de exemplu, privesc meciul de baschet în care joacă fiica lui Lindsay sau merg cu mașina la stația de autobuz, ca să o ia pe sora Juanitei; alteori pur și simplu stau de vorbă. Juanita și Lindsay sînt de acord cu faptul că abilitatea lor de a-și împărtăși, dezvălui și exprima sentimentele una alteia face din prietenia lor una satisfăcătoare.

În schimb, cînd Alex se gîndește la cei mai apropiați prieteni ai săi bărbați, îi vin în minte Jake, partenerul lui de golf, și Davin, partenerul său de patrulă de poliție. Timpul pe care îl petrece cu acești prieteni este dedicat aproape întotdeauna unui anumit tip de activitate. Cu Jake de obicei joacă golf și apoi mănîncă nachos și beau bere la un bar sportiv. Cu Davin lucrează împreună în multele ore petrecute în patrulare. Alex se simte apropiat de fiecare dintre acești prieteni, deoarece compania lor îi face plăcere, cînd sînt implicați în aceste activități.

În mod semnificativ, timpul petrecut de Alex cu Davin și Jake îi permite să discute despre ceea ce se întîmplă în viețile lor. De exemplu, pe durata unei ture lungi petrecute în patrulare, Alex și Davin discută adesea despre activitățile copiilor lor și despre planurile lor de viitor. La fel, în timpul unei runde recente de golf, Jake i-a spus lui Alex cît de mult îi lipsește tatăl lui, care a decedat recent. Cel mai adesea însă Alex și prietenii lui pur și simplu se bucură de timpul petrecut împreună făcînd activități, chiar dacă perioada în care sînt împreună nu implică multă conversație. Pentru Alex, prietenia apropiată se bazează pe *a face*, nu pe *a vorbi*.

Studiile arată că prieteniile dintre bărbați se axează adesea pe activități comune, în timp ce prieteniile dintre femei pun accent deseori pe conversații. Bărbații și femeile valorizează adesea prieteniile cu persoane de sex opus, considerîndu-le oportunități de a comunica în moduri care sînt importante pentru persoanele de celălalt sex.

Deși studiile au confirmat că diferențele dintre sexe există, ele au identificat totodată două trăsături importante ale acestor diferențe. În primul rînd, ca în cazul aproape tuturor diferențelor dintre sexe sub aspectul comportamentului, aceste diferențe între prieteniile dintre persoane de același sex sînt doar o medie. Ele nu caracterizează toate prieteniile. Unele prietenii dintre

femei se axează mai mult pe activităţi comune decît pe conversaţie, iar unii bărbaţi au de obicei conversaţii personale cu prietenii lor bărbaţi, deşi nu participă la o activitate comună.

În al doilea rînd, faptul că relaţiile dintre femei şi dintre bărbaţi diferă nu înseamnă că prieteniile sînt mai importante pentru un anumit sex decît pentru celălalt. Unii oameni cred că, deoarece femeile se destăinuie una alteia într-o măsură mai mare decît bărbaţii, prieteniile dintre femei sînt mai apropiate şi mai satisfăcătoare decît ale bărbaţilor. De fapt, studiile au demonstrat totuşi că femeile şi bărbaţii raportează niveluri egale de apropiere în prieteniile cu persoane de acelaşi sex[54]. Ceea ce diferă între prieteniile de acelaşi sex sînt pur şi simplu caracteristicile care le conferă prieteniilor apropiere. Pentru femei, caracteristica principală este conversaţia ; pentru bărbaţi, este o activitate la care participă împreună.

Prietenii de sex opus. Ce ştim despre prieteniile dintre persoane de sex opus ? Studiile sugerează că atît bărbaţii, cît şi femeile valorizează aceste relaţii drept o şansă de a vedea lucrurile din perspectiva celuilalt sex[55]. Prieteniile dintre persoane de sex opus le oferă bărbaţilor şansa de a fi expresivi din punct de vedere emoţional, iar femeilor le dă ocazia să se bucure de activităţi comune, caracteristici nespecifice prieteniilor cu persoane de acelaşi sex[56].

În plus, mulţi prieteni de sex opus simt un anumit nivel de atracţie fizică sau romantică unul faţă de celălalt[57] şi comunică adesea în moduri care seamănă cu relaţiile de cuplu, de exemplu, flirtînd unul cu celălalt[58] şi făcînd glume cu tentă sexuală[59]. De fapt, un studiu la care au luat parte peste 300 de studenţi americani, efectuat de specialiştii în comunicare Walid Afifi şi Sandra Faulkner, a relevat că jumătate dintre studenţi au afirmat că au întreţinut raporturi sexuale cu un prieten de sex opus cu care nu aveau o relaţie de cuplu[60]. Deşi unele studii sugerează că activitatea sexuală modifică specificul fundamental al unei prietenii dintre persoane de sex opus din platonic în romantic[61], peste jumătate dintre studenţii participanţi la studiul lui Afifi şi Faulkner care avuseseră relaţii sexuale cu un prieten de sex opus au infirmat o astfel de schimbare a caracterului relaţiei lor.

Subiect de discuţie: Mulţi studenţi folosesc termenul „prieteni care profită", cu referire la prietenii care nu sînt romantice, dar implică raporturi sexuale[iv].

[iv] Hughes, M., Morrison, K., Asada, K.J.K. (2005). What's love got to do with it? Exploring the impact of maintenance rules, love atitudes, and network support on friends with benefits relationships. *Western Journal of Communication*, 69, pp. 49-66.

Fie că sînt atraşi sau nu unul de celălalt, mulţi prieteni de sex opus au motive specifice pentru care nu-şi doresc ca prietenia lor să se transforme într-o relaţie de cuplu. Într-un studiu la care au participat peste 600 de studenţi americani, specialiştii în comunicare Susan Messman, Dan Canary şi Kimberly Hause au descoperit că oamenii menţin relaţii de prietenie nesentimentală cu persoane de sex opus din şase motive fundamentale[62] :

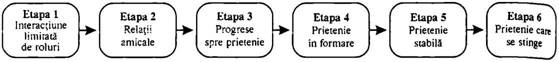
- Nu simt atracţie fizică faţă de prietenul lor ;
- Rudele lor şi alţi prieteni nu ar aproba o relaţie romantică cu prietenul respectiv ;
- Nu sînt pregătite să se implice într-o relaţie romantică ;
- Vor să protejeze prietenia existentă ;
- Se tem să nu fie dezamăgiţi sau răniţi ;
- Sînt preocupaţi de o terţă persoană, de exemplu, un frate/soră care manifestă un interes aparte faţă de prietenul lor.

Studiile relevă că, în ansamblu, atît femeile, cît şi bărbaţii consideră că prietenii de sex opus sînt mai loiali şi mai săritori decît prietenii de acelaşi sex[63]. Concomitent însă prieteniile dintre persoane de sex opus le permit femeilor şi bărbaţilor să se bucure de acele aspecte ale prieteniei care sînt valorizate cel mai mult de sexul opus. Prin urmare, se pare că prieteniile dintre persoane de acelaşi sex şi dintre persoane de sex opus oferă beneficii unice.

Prieteniile au o anumită durată de viață

Subiect de discuție: Întrebați-i pe studenți cu cîți dintre prietenii lor apropiați din liceu se mai întîlnesc în mod regulat. Chiar și prieteniile foarte apropiate sînt vulnerabile cînd circumstanțele existențiale se modifică (de exemplu, la absolvirea liceului și începerea studiilor universitare).

Oricît de importante sînt prieteniile pentru noi, majoritatea nu sînt permanente. Mai degrabă, ca majoritatea relațiilor, prieteniile au o durată de viață : sînt inițiate, menținute, iar în cele din urmă multe dintre ele se încheie. William Rawlins, specialist în comunicare și expert în prietenie, afirmă că majoritatea prieteniilor traversează un ciclu existențial alcătuit din șase etape[64].



Să presupunem că două femei care nu se cunosc, Naya și Emily, au fost chemate în aceeași zi să-și facă datoria de jurați și se întîlnesc în sala de așteptare. Să vedem cum ar progresa relația lor de-a lungul celor șase etape propuse de Rawlins.

- *Interacțiune limitată de roluri* : În etapa *interacțiunii limitate de roluri*, Naya și Emily se întîlnesc și interacționează pentru prima oară. Deoarece în această etapă sînt străine, comunicarea dintre ele respectă normele sociale și culturale ale interacțiunii dintre străini. Sînt respectuoase și politicoase, dar își împărtășesc puține informații personale.
- *Relații amicale* : După ce stau de vorbă un timp, Naya și Emily pot intra în etapa *relațiilor amicale*. În acest moment, conversația lor devine mai amicală. De exemplu, își pot spune relatări sau anecdote personale. Naya și Emily pot avea doar intenția ca interacțiunea lor amicală să le facă mai plăcut timpul de așteptare petrecut în sala rezervată juraților. Totuși, aceasta poate fi și o invitație la prietenie.
- *Progrese spre prietenie* : Să presupunem că Emily îi trimite în săptămîna următoare un e-mail Nayei, întrebînd-o dacă ar vrea să meargă la vernisajul unei galerii. Invitația lui Emily poate semnala trecerea la etapa *progreselor spre prietenie*. În această etapă, comunicarea dintre Naya și Emily capătă un caracter mai social și mai puțin tributar normelor și regulilor.
- *Prietenie în formare* : Dacă Naya și Emily continuă să se întîlnească și interacțiunile lor le fac plăcere, pot intra în etapa *prieteniei în formare*. În acest moment, încep să se considere prietene. Comunicarea dintre ele continuă să devină mai personală și respectă într-o mai mică măsură normele.
- *Prietenie stabilă* : În timp, relația dintre Naya și Emily poate progresa spre etapa *prieteniei stabile*. În acest moment, ele consideră că prietenia lor este consolidată pe deplin. Au foarte multă încredere una în cealaltă și își pot chiar adapta atitudinile și opiniile pentru a corespunde mai mult cu ale celeilalte prietene.
- *Prietenie care se stinge* : După mulți ani de prietenie apropiată, Naya și Emily pot intra în etapa *prieteniei care se stinge*. Această etapă marchează declinul prieteniei lor, care poate deveni doar mai distantă și mai relaxată sau se poate încheia complet.

Există multe motive pentru care o prietenie ajunge la un sfîrșit[65]. Studiile sugerează că putem împărți aceste motive în două categorii generale : evenimente care îi determină pe prieteni să se antipatizeze și modificări ale circumstanțelor existențiale care diminuează oportunitățile de comunicare și atenție. Vom analiza fiecare dintre aceste situații.

Prietenii pot ajunge să se antipatizeze. Unele prietenii se încheie pentru că prietenii nu se mai simpatizează. Deşi doi oameni pot deveni iniţial prieteni datorită similarităţii lor sau atracţiei sociale reciproce, ei pot dezvolta sentimente negative unul faţă de celălalt, care îi determină să pună capăt prieteniei lor. Studiile relevă că sentimentele negative au cea mai mare tendinţă să apară atunci cînd unul dintre prieteni:

- Îl cicăleşte sau îl critică în mod constant pe celălalt;
- Trădează încrederea celuilalt;
- Se comportă într-un mod ostil sau manifestă violenţă fizică faţă de celălalt;
- Începe să consume în mod abuziv alcool sau alte substanţe;
- Nu îl ajută sau nu îl sprijină pe celălalt la nevoie;
- Devine intolerant faţă de partenerul de cuplu sau de alţi prieteni ai celuilalt;
- Simte că nu mai are nimic în comun cu celălalt.

Nu punem capăt neapărat prieteniilor pe baza unui singur eveniment negativ. Totuşi, cînd un prieten greşeşte în mod repetat faţă de noi, putem ajunge să-l antipatizăm, în timp. Această schimbare a sentimentelor ne poate determina să încheiem prietenia[66]. În astfel de cazuri, putem decide să abordăm în mod direct persoana respectivă şi să afirmăm clar că nu mai dorim să fim prieteni cu ea. În alte cazuri, putem decide pur şi simplu să minimalizăm comunicarea cu acea persoană, evitînd-o.

Circumstanţele existenţiale ale prietenilor se pot schimba. Deşi prieteniile se încheie uneori din cauza sentimentelor negative, mulţi prieteni pur şi simplu „se îndepărtează". Pe măsură ce vieţile ni se schimbă şi evoluează, putem dispune de mai puţine ocazii de a interacţiona cu anumiţi prieteni. Acest lucru nu înseamnă neapărat că am început să avem sentimente negative faţă de ei, ci că unele prietenii se încheie pur şi simplu pentru că nu le mai acordăm atenţie.

Conform studiilor, una dintre cele mai comune modificări existenţiale care poate cauza sfîrşitul unei prietenii este separarea fizică[67]. Vă amintiţi că proximitatea fizică este unul dintre principalele motive pentru care sîntem atraşi de potenţialii prieteni. Este relativ uşor să menţineţi prieteniile cu oameni pe care îi vedeţi tot timpul. Totuşi, dacă un prieten se mută, menţinerea prieteniei devine mai dificilă[68]. Prietenii pot ţine legătura o vreme, după separare, dar comunicarea dintre ei intră adesea în declin, determinîndu-i să piardă legătura unul cu celălalt.

Şi alte schimbări ale circumstanţelor existenţiale pot atrage sfîrşitul unei prietenii. Cînd un prieten se căsătoreşte sau are un copil, de exemplu, atenţia sa se îndreaptă, cum este de la sine înţeles, către noul partener conjugal sau către copil. În consecinţă, acesta dispune de mai puţin timp şi ocazii pentru a interacţiona cu prietenii. De asemenea, solicitările asociate cu studiile sau cu serviciul pot împiedica o persoană să petreacă timp alături de prieteni. O boală cronică limitează la rîndul ei ocaziile de a întîlni prietenii. Acest fapt poate fi adevărat mai ales în cazul afecţiunilor care limitează abilităţile sociale, ca, de exemplu, depresia şi anxietatea cronică.

Este important să observăm că în situaţiile respective nu *vrem* neapărat ca prietenia să se încheie, ci mai degrabă pur şi simplu nu mai dispunem de timpul, energia şi atenţia necesare menţinerii acesteia. Totuşi, dacă prietenul este deosebit de important pentru noi, putem folosi comportamente comunicaţionale şi de menţinere a relaţiei, pentru ca prietenia să continue. O convorbire telefonică sau un e-mail ocazionale pot fi suficiente pentru a menţine contactul şi pentru a-i da de înţeles prietenului/prietenei că încă mai ţinem la el/ea. Putem apela chiar şi la Internet pentru a restabili comunicarea cu prieteni cu care am pierdut legătura.

ÎNVĂŢAŢI! Ce înseamnă că prietenia este voluntară? Ce înseamnă egal? Care sînt regulile comune privind prietenia în America de Nord? Oamenii afirmă că se simt mai loiali faţă de prietenii de acelaşi sex sau faţă de prietenii de sex opus? De ce se încheie prieteniile?

APLICAŢI Lucrînd singuri sau în grupuri mici, alcătuiţi o listă cu cele mai importante reguli ale prieteniilor, în opinia dumneavoastră, şi ordonaţi-le din perspectiva importanţei. Pentru fiecare regulă, identificaţi unul sau două comportamente comunicaţionale interpersonale care vă ajută să respectaţi regula respectivă în prieteniile dumneavoastră.

REFLECTAŢI Sînteţi implicat în vreo prietenie despre care aveţi impresia că este involuntară? Ce anume apreciaţi în mod diferit la prieteniile cu persoane de acelaşi sex şi la prieteniile cu persoane de sex opus?

4. Relaţiile sociale la locul de muncă

Aproape toţi vom avea un loc de muncă la un moment dat, în viaţă, iar slujbele noastre vor necesita interacţiuni cu alţi oameni. Prin urmare, putem presupune în mod realist că majoritatea vom fi nevoiţi să relaţionăm şi să comunicăm cu persoane pe care le cunoaştem de la locul de muncă, fie că este vorba despre colegi de serviciu, superiori, subordonaţi sau clienţi. De fapt, multe instituţii publice şi corporaţii private se aşteaptă ca angajaţii lor să comunice între ei în moduri bine definite. Printre aceste expectanţe se pot număra comunicarea onestă, tratarea cu demnitate a celor din jur, ascultarea celorlalţi şi deschiderea faţă de opiniile oamenilor. Toate aceste comportamente comunicaţionale contribuie la o atmosferă de lucru bazată pe politeţe şi respect. De asemenea, ele pot facilita întemeierea prieteniilor la locul de muncă[69].

După cum ştiţi probabil din experienţă, prieteniile la locul de muncă pot fi o sabie cu două tăişuri. Pe de o parte, este minunat să aveţi prieteni la serviciu, deoarece aceştia pot face ziua de lucru plăcută şi vă sprijină cînd aveţi nevoie. Pe de altă parte, rolurile de prietenie şi rolurile de la locul de muncă pot intra adesea în conflict. De exemplu, prietenii de la locul de muncă pot dori să stea de vorbă cu dumneavoastră, dar dacă aveţi de finalizat sarcini pînă la un termen-limită, este posibil să nu aveţi timp pentru ei.

De asemenea, prieteniile de la locul de muncă pot fi mai dificil de controlat decît prieteniile obişnuite. În cadrul activităţilor noastre, sîntem nevoiţi de obicei să ne vedem şi să interacţionăm cu şefii, colegii şi clienţii noştri, fie că dorim sau nu. În schimb, interacţiunea cu prietenii obişnuiţi este de regulă voluntară şi mai uşor de controlat. De exemplu, dacă vă certaţi cu un prieten obişnuit, puteţi alege să-l evitaţi o vreme, pînă ce ambii vă calmaţi. Totuşi, din cauza îndatoririlor de serviciu, este posibil să nu aveţi această opţiune în cazul prietenilor de la locul de muncă.

Pentru a gestiona cu succes provocările asociate cu prieteniile de la locul de muncă, este important să le înţelegeţi dinamica. Vom analiza această dinamică în cadrul a trei relaţii specifice de la locul de muncă: relaţia dintre colegii de serviciu, relaţia dintre superiori şi subordonaţi şi relaţia cu clienţii.

Relaţiile sociale cu colegii de serviciu

Probabil că aveţi şansele cele mai mari să întemeiaţi prietenii la serviciu cu colegii cei mai apropiaţi. Un motiv este faptul că e adevărat că de obicei colegii de serviciu sînt egali, mai degrabă decît superiori sau subordonaţi, astfel că nivelurile lor de putere şi de responsabilitate sînt asemănătoare cu ale dumneavoastră[70]. Un alt motiv este următorul: aveţi experienţe comune cu colegii de serviciu cu care colaboraţi îndeaproape, de exemplu, dacă lucraţi pentru

aceeaşi companie, în acelaşi departament şi aveţi acelaşi şef. În plus, probabil că petreceţi mult timp cu colegii, poate chiar mai mult decît cu ceilalţi prieteni. Aceste caracteristici pot reprezenta un fundament preexistent al prieteniei[71].

Conform studiilor, calitatea prieteniilor cu colegii de serviciu influenţează satisfacţia asociată cu locul de muncă[72]. Dacă toate celelalte aspecte sînt relativ uniforme, cu cît vă simţiţi mai aproape de colegi, cu atît sînteţi mai fericit la serviciu.

Studiile arată că prieteniile de foarte bună calitate de la locul de muncă sînt importante sub aspectul satisfacţiei generale legate de serviciu. Totuşi, oricît de benefice ar fi, prieteniile de la locul de muncă pot fi dificil de menţinut.

Totuşi, oricît de benefice ar fi prieteniile cu colegii de serviciu, ele presupun şi foarte multe dificultăţi. Motivul este că, într-adevăr, relaţia are atît o *dimensiune socială*, cît şi o *dimensiune axată pe sarcini*, iar aceste aspecte diferite ale prieteniei intră adesea în conflict. Dimensiunea socială este relaţia dumneavoastră personală cu colegul de serviciu ; dimensiunea axată pe sarcini este relaţia dumneavoastră profesională. De exemplu, să presupunem că sînteţi prieten cu colega dumneavoastră Kellie, care este propusă pentru o promovare. În calitate de prieten, vreţi să fie promovată, dar, în calitate de coleg, nu credeţi că merită într-adevăr. Este uşor de sesizat cum aceste sentimente diferite vă pot afecta prietenia.

Prin urmare, este clar că, pentru a menţine prieteniile cu colegii de serviciu, trebuie să găsiţi în permanenţă un echilibru între latura personală şi latura profesională a relaţiilor. De exemplu, puteţi decide că este important să-i spuneţi lui Kellie că o sprijiniţi, să vă exprimaţi entuziasmul dacă este promovată, respectiv dezamăgirea, în caz contrar, pentru că e prietena dumneavoastră. Deşi nu consideraţi că a meritat să fie promovată, prietenia cu Kellie vă poate motiva să o sprijiniţi oricum.

Alternativ, i-aţi putea aminti lui Kellie că promovarea implică o competiţie aprigă, că are drept oponenţi angajaţi mai experimentaţi şi cu o vechime mai mare decît ea şi că nu ar trebui să o surprindă dacă nu va fi promovată. Îi puteţi spune chiar : „Ţi-o spun în calitate de coleg", ca să fie clar că vorbiţi din perspectiva relaţiei dumneavoastră profesionale, mai degrabă decît din perspectiva relaţiei personale. Abordarea pe care o alegeţi va depinde probabil de cît de strînsă este relaţia de prietenie sau de experienţele dumneavoastră anterioare în situaţii asemănătoare.

Relaţiile sociale dintre superiori şi subordonaţi

Oricîte provocări ar presupune prieteniile dintre colegii de serviciu, prieteniile dintre superiori şi subordonaţi sînt mult mai complicate, deoarece includ o diferenţă sub aspectul puterii care de obicei nu se întîlneşte între colegii de serviciu[73]. Amintiţi-vă că una dintre caracteristicile definitorii ale prieteniei este că reprezintă o relaţie între egali. Prin urmare, cînd cei doi prieteni au rolurile de superior şi angajat, diferenţa dintre ei sub aspectul puterii introduce o dimensiune axată pe sarcini pe care prieteniile dintre colegii de serviciu nu o presupun, de obicei.

Cu siguranţă, prieteniile autentice dintre superiori şi subordonaţi nu sînt imposibil de întemeiat şi de menţinut. Într-adevăr, studiile relevă că a fi prieten cu şeful dumneavoastră amplifică de obicei satisfacţia privind locul de muncă[74]. Acest lucru este logic : dacă vă simpatizaţi şeful, probabil vă face plăcere să lucraţi pentru el.

Provocările apar din cauză că aspectele cele mai benefice pentru relaţia superior-subordonat nu sînt neapărat cele mai benefice aspecte pentru o prietenie. Dacă dumneavoastră sînteţi angajatul, este posibil ca deciziile şefului cu privire la strategiile sau viitoarea orientare a companiei să vă displacă sau să nu fiţi de acord cu ele, mai ales atunci cînd respectivele decizii vă afectează. Invers, dacă dumneavoastră sînteţi şeful, puteţi avea dificultăţi legate de luarea acestor decizii, deoarece vă daţi seama că interesul companiei nu coincide întotdeauna cu ceea ce este mai bine pentru fiecare angajat în parte.

Ca să înțelegeți aceste presiuni, imaginați-vă că șeful dumneavoastră anunță că firma va diminua numărul de angajați responsabili cu activitățile de rutină, de care depindeți pentru a vă rezolva sarcinile de serviciu. Închipuiți-vă acum că, pentru a implementa o nouă strategie de afaceri, șeful dumneavoastră anulează o campanie promoțională la care ați lucrat, inclusiv o ședință foto pe care o așteptați cu nerăbdare. În astfel de cazuri, poate fi dificil să nu considerați că acțiunile șefului vă privesc personal, iar o astfel de reacție vă poate afecta prietenia[75]. Într-un studiu despre prieteniile dintre superiori și subordonați, specialistul în comunicare Theodore Zorn a descoperit că superiorii manifestau adesea aceste tipuri de tensiuni dintre responsabilitățile lor de serviciu și prieteniile cu subordonații[76].

În viața de zi cu zi: Cîți dintre studenții dumneavoastră ar spune că sînt prieteni cu cel puțin un superior, de exemplu, un coordonator sau un profesor? Pentru cei care au astfel de prieteni, care sînt dificultățile pe care le presupun prieteniile respective?

Ținînd cont de toate aceste dificultăți, vă întrebați poate dacă prieteniile dintre superiori și subordonați sînt sortite eșecului, la urma urmei. De fapt, în pofida greutăților, astfel de prietenii pot fi menținute; acest lucru este adevărat îndeosebi dacă ambele părți recunosc că prietenia și relația lor de serviciu pot intra în conflict și sînt de acord să mențină aceste relații cît mai indepedente, pe cît de bine pot.

Adesea, este cel mai bine dacă persoanele implicate în relații de prietenie în care există un dezechilibru de putere recunosc potențialele conflicte pe care le poate presupune prietenia dintre ele și le discută direct, îndeosebi dacă și-au început relația ca persoane cu același statut, iar una dintre ele a fost promovată ulterior. Recunoscînd posibilitatea apariției conflictelor și stabilind așteptările privind gestionarea acestora înainte ca ele să apară, un superior și un angajat pot pune bazele unei prietenii de succes. Aceasta nu înseamnă că nu se vor confrunta cu tensiunile care însoțesc adesea respectivul tip de relație, ci mai degrabă că pot cădea de acord anticipat cu privire la gestionarea unor astfel de tensiuni, pentru ca dificultățile să nu le pună în pericol nici relația profesională, nici prietenia. În caseta „Aveți aptitudini?" de mai jos sînt prezentate cîteva recomandări în această privință.

O situație extrem de problematică pentru relațiile de tipul superior-subordonat este cea în care subordonatul se consideră victimă a hărțuirii sexuale. În Statele Unite, Comisia pentru Șanse Egale ale Angajaților (Equal Employment Opportunity Commission – EEOC) definește *hărțuirea sexuală* drept comportamentul nesolicitat, nedorit, de natură sexuală. Puteți avea intenția de a fi prietenos sau de a acorda sprijin, punîndu-vă brațul în jurul unui subordonat, de exemplu, dar dacă acest comportament al dumneavoastră îl stînjenește pe subordonat, poate constitui hărțuire.

Conform EEOC, hărțuirea sexuală poate fi de două tipuri. Primul tip, numit și *quid pro quo* (în latină, „ceva pentru ceva"), survine atunci cînd un superior îi oferă unui angajat beneficii în schimbul unor favoruri sexuale. O afirmație precum „Ai liber mîine dacă vii cu mine să bem ceva în seara asta" poate fi considerată o manifestare a hărțuirii sexuale de tip *quid pro quo*, dacă îi este adresată unui subordonat. Al doilea tip de hărțuire, cunoscut și sub numele de *mediu de lucru ostil*, survine atunci cînd condițiile de lucru sînt ofensatoare sau intimidante din punct de vedere sexual. A spune glume cu aluzii sexuale cînd sînt de față și bărbați, și femei sau a face comentarii ofensatoare cu privire la orientarea sexuală a unei persoane pot fi considerate manifestări ale hărțuirii de tip mediu de lucru ostil.

Hărțuirea sexuală este o problemă gravă și frecventă în multe organizații, iar victimele ei suferă adesea consecințe emoționale și psihologice negative pe termen lung. Comunicatorii competenți trebuie să analizeze modul în care alte persoane le pot interpreta comportamentele verbale și nonverbale în contextul organizațional. Cît de bine puteți identifica hărțuirea sexuală dacă ați fi martor la o astfel de situație sau ați auzi despre ea? Pentru a afla, citiți caseta „Evaluați-vă aptitudinile" de mai jos.

AVEŢI APTITUDINI ?

SEPARAREA DIMENSIUNII SOCIALE DE DIMENSIUNEA SARCINILOR ÎN RELAŢIILE SUPERIOR-SUBORDONAT

Menţineţi separate dimensiunea socială şi dimensiunea asociată cu sarcinile ale relaţiilor.

Ce ?	De ce ?	Cum ?	Încercaţi !
Discutaţi despre delimitarea dintre dimensiunea socială şi dimensiunea sarcinilor din relaţia dintre un superior şi un subordonat.	Pentru ca relaţia să fie pregătită să gestioneze conflictele ulterioare dintre dimensiunea sa socială şi dimensiunea sarcinilor.	1. Dacă începeţi o relaţie de prietenie cu un superior sau cu un subordonat, recunoaşteţi încă de la început că priorităţile dumneavoastră ca prieteni ar putea intra în conflict cu priorităţile pe care le veţi avea în calitate de colegi de serviciu. 2. Faceţi-vă timp să gestionaţi situaţia în mod deschis şi sincer cu superiorul sau cu subordonatul dumneavoastră, *înainte* de apariţia unui astfel de conflict. Încercaţi să cădeţi de acord asupra regulilor principale de gestionare a unor astfel de conflicte, atunci cînd vă confruntaţi cu ele.	1. Efectuaţi un joc de rol, purtînd o conversaţie cu un coleg care pretinde că este subordonatul dumneavoastră. 2. Spuneţi : „Probabil că vor apărea situaţii în care va trebui să ne punem în plan secundar prietenia şi să ne concentrăm asupra binelui companiei. Uneori acest lucru va însemna că voi fi nevoit să iau decizii care nu-ţi vor fi pe plac. Atunci cînd se va întîmpla astfel, te rog să nu te simţi jignit ; nu uita că pur şi simplu îmi fac datoria". 3. Vorbiţi despre cum aţi reacţiona fiecare în eventualitatea unui astfel de conflict şi exersaţi negocierea regulilor fundamentale, pentru a menţine atît dimensiunea socială, cît şi dimensiunea sarcinilor, în relaţia dumneavoastră.

ANALIZAŢI : ***Ce strategii de gestionare a conflictului dintre dimensiunea socială şi dimensiunea sarcinilor vi se par cele mai promiţătoare ?***

Relaţiile sociale cu clienţii

În majoritatea profesiilor, veţi interacţiona cu clienţii. De exemplu, dacă vindeţi în fiecare lună produsele companiei aceloraşi magazine sau cabinete medicale, ajungeţi să-i cunoaşteţi pe cumpărătorii respectivi. La fel se întîmplă şi dacă lucraţi pentru o firmă din domeniul financiar sau tehnologic care oferă servicii de consultanţă unor clienţi, pe termen lung. În funcţie de specificul slujbei dumneavoastră, puteţi avea clienţi pe care îi vedeţi sau cu care discutaţi regulat, deci este rezonabil să vă aşteptaţi să întemeiaţi relaţii sociale cu unii dintre ei[77]. Aceste relaţii pot fi extrem de satisfăcătoare pe plan personal şi pot totodată să aducă beneficii şi organizaţiei, deoarece pot constitui un motiv major pentru care clienţii continuă să cumpere produse de la dumneavoastră sau de la compania la care lucraţi[78]. La urma urmei, majoritatea preferăm să colaborăm cu un vînzător sau cu o persoană din domeniul serviciilor cu care am stabilit o relaţie confortabilă, de încredere.

Concomitent, prieteniile cu clienţii presupun unele dintre aceleaşi tensiuni existente între dimensiunea sarcinilor şi dimensiunea socială pe care le implică şi prieteniile cu colegii de serviciu, cu superiorii şi subordonaţii. Clienţii

Etica în prim-plan: Prieteniile cu clienţii pot pune unele probleme de ordin etic. Este bine să-i oferim cuiva o tranzacţie mai bună a unui produs sau a unui serviciu dacă persoana respectivă ne este prietenă? Vă înşelaţi angajatorul dacă procedaţi astfel? Problema etică se poate pune şi invers: cînd sînteţi prieten cu un client, puteţi avea o şansă mai mare să profitaţi în tranzacţia încheiată cu respectivul.

dumneavoastră vă pot fi prieteni, dar se așteaptă în continuare să oferiți un produs sau un serviciu de foarte bună calitate, iar dumneavostră vă așteptați să vă achite contravaloarea completă și la timp. Dacă oricare dintre părți nu își îndeplinește obligațiile care-i revin, relația client-furnizor poate fi perturbată, iar prietenia poate avea de suferit.

EVALUAȚI-VĂ APTITUDINILE

Identificarea hărțuirii sexuale la locul de muncă

Cît de bine puteți identifica situațiile de hărțuire sexuală de la locul de muncă, dacă le întîlniți? Pentru a afla, citiți fiecare afirmație de mai jos și bifați dacă o considerați adevărată sau falsă, conform legislației SUA.

	Adevărat	Fals
1. Pentru a se califica drept hărțuire sexuală, victima și ofensatorul trebuie să fie de sexe diferite.	___	___
2. Spunerea unor glume vulgare poate fi considerată hărțuire sexuală.	___	___
3. Doar comportamentele care inoportunează pot constitui hărțuire sexuală.	___	___
4. Doar un superior poate crea un mediu de lucru ostil.	___	___
5. Dacă un angajat întreține„în mod voluntar"relații sexuale cu un superior, el/ea nu a fost victima hărțuirii sexuale.	___	___
6. Victime pot fi și alte persoane decît cea care a fost hărțuită în mod direct.	___	___
7. Hărțuirea sexuală poate include și invitațiile repetate la o întîlnire adresate unui coleg de serviciu.	___	___
8. Doar o persoană cu autoritatea unui superior asupra unui angajat poate fi autor al hărțuirii de tip *quidproquo*.	___	___

Afirmațiile 2, 3, 6, 7 și 8 sînt adevărate. Afirmațiile 1, 4 și 5 sînt false. Este posibil ca victima hărțuirii să fie de același sex ca hărțuitorul; orice persoană dintr-o organizație poate crea un mediu de lucru ostil, iar întreținerea de relații sexuale cu un superior, deși pare un act voluntar, nu înseamnă că nu a fost indus prin constrîngere. Identificarea hărțuirii sexuale poate fi dificilă, dar comunicatorii competenți trebuie să știe care comportamente interpersonale sînt acceptabile sau inacceptabile în cadrul relațiilor de la locul de muncă.

Sfatul meu

Poate fi dificil să luați atitudine dacă sînteți victima hărțuirii sexuale la școală sau la serviciu. Totuși, dacă ignorați situația, ea nu va lua sfîrșit. Nu uitați că hărțuirea sexuală este ilegală și că aveți dreptul să nu fiți victimă. Uneori, pentru a pune capăt hărțuirii este suficient să luați atitudine și să-i comunicați celeilalte persoane că acest comportament al său vă ofensează. Dacă nu vă simțiți confortabil procedînd astfel sau dacă acel comportament ofensator continuă și după ce i-ați comunicat sentimentele dumneavoastră, informați pe cineva din departamentul de resurse umane al organizației dumneavoastră.

Sursa: http://www.eeoc.gov/types/sexual_harrasment.html

Pentru a evita astfel de tensiuni, unele companii îi încurajează pe angajați să nu lege prietenii personale cu clienții. Deși poate fi foarte important să-i tratați pe clienți într-o manieră prietenoasă, multe companii recunosc că sentimentele de loialitate și de favorizare pe care le avem adesea pentru prieteni pot interfera cu relația profesională. De exemplu, cînd Deion a devenit reprezentant de vînzări al unei companii de televiziune prin cablu, a devenit prieten bun cu cîțiva dintre clienții lui. Deoarece îi simpatiza, a început să le ofere reduceri mari la serviciile prin cablu, care nu li se acordau și altor clienți. Pentru că le plăcea de el, ei îl evaluau cu cele mai mari scoruri posibile în sondajele privind satisfacția clienților. Aceste oferte speciale și evaluări preferențiale s-au derulat timp de aproape un an, pînă ce managerul regional al lui Deion a sesizat ce se întîmpla. Acesta l-a sancționat pe Deion pentru că a lăsat prieteniile sale cu clienții să-i compromită relația cu aceștia.

Separarea relaţiilor personale de cele profesionale este deosebit de importantă în domeniul ›dical. În Statele Unite, recomandările etice instituite de Colegiul American al Medicilor merican College of Physicians) îi descurajează pe medici să trateze prieteni, rude, parteneri alte persoane cu care au relaţii personale apropiate[79]. Motivaţia acestor recomandări este ›rul că judecata profesională şi obiectivitatea medicului ar putea fi compromise din cauza ıtimentelor sale profesionale faţă de pacient. Dacă se întîmplă acest lucru, medicul ar putea nu mai ia decizii adecvate cu privire la afecţiunea sau tratamentul pacientului, punîndu-i fel în pericol sănătatea.

Relaţiile sociale cu clienţii pot aduce multe satisfacţii, dacă există delimitări clare care să separe dimensiunea personală de dimensiunea profesională a relaţiei.

Asemenea prieteniilor dintre superiori şi subordonaţi, ieteniile cu clienţii necesită delimitări clare între relaţiile rsonale şi cele profesionale. Cînd faceţi afaceri, trataţi-i prietenii respectivi ca pe orice alţi clienţi şi rugaţi-i să poarte cu dumneavoastră ca şi cu orice alt furnizor. O prietenie personală cu clienţii poate ›a succes dacă prietenii sînt de acord că relaţia lor profesională este distinctă şi trebuie ›tată în mod profesionist.

Prieteniile şi alte relaţii sociale ne îmbogăţesc în multe moduri. Poetul englez Samuel ylor Coleridge scria că „prietenia este un copac ocrotitor", referindu-se la faptul că prietenii pot adăposti şi proteja de multe stresuri existenţiale. Alături de prieteni, vieţile noastre sînt ıi sigure, mai fericite şi mai semnificative decît ar fi în alte condiţii.

ÎVĂŢAŢI Ce înţelegem prin *dimensiune socială* şi *dimensiunea sarcinilor* în prieteniile de la locul de muncă? Prin ce diferă relaţiile superior-subordonat de relaţiile dintre colegii de serviciu? De ce angajaţii din sectorul medical sînt descurajaţi să-şi trateze prietenii?

'LICAŢI Să presupunem că vînzările efectuate de colegul şi prietenul dumneavoastră apropiat Kyle au fost mici în ultima vreme. Managerul l-a avertizat că dacă mai are aceleaşi rezultate slabe la vînzări încă o lună va fi retrogradat. Într-o bună zi, Kyle îşi dă seama că nu va reuşi să-şi atingă plafonul de vînzări stabilit pentru luna respectivă. Panicat, vă cere să-şi asume meritul pentru unele dintre vînzările efectuate de dumneavoastră. Această iniţiativă i-ar salva postul, dar ar însemna totodată că raportul dumneavoastră de vînzări ar arăta neimpresionant pentru prima oară după ani de zile. Vreţi să-l ajutaţi pe Kyle, dar totodată sînteţi îngrijorat cu privire la impresia managerului privind rezultatele dumneavoastră.

Împreună cu un prieten sau un coleg, realizaţi un joc de rol, discutînd despre această situaţie şi ajungînd la un acord privind rezolvarea ei. Unul ar trebui să-şi asume poziţia dumneavoastră în conversaţie, iar celălalt va prelua rolul lui Kyle. După jocul de rol, discutaţi şi despre alte modalităţi alternative de a reacţiona în această situaţie. Stabiliţi cum credeţi că aţi reacţiona dumneavoastră şi de ce. De asemenea, identificaţi problemele etice pe care le ridică situaţia.

FLECTAŢI Aţi simţit vreodată tensiune în prieteniile dumneavoastră cu colegii de serviciu? Dacă da, cum au fost rezolvate şi care au fost efectele?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

De ce sînt importante relaţiile sociale (p. 303)

- Fiecare dintre noi avem o nevoie de apartenenţă care ne poate motiva să întemeiem, să formăm, să menţinem şi să protejăm relaţii sociale solide.
- Relaţiile sociale ne aduc beneficii emoţionale, materiale şi sub aspectul sănătăţii.
- Relaţiile sociale presupun costuri cum ar fi timpul, energia noastră şi alte resurse.

Crearea şi menţinerea legăturilor sociale (p. 307)

- Valorizăm atracţia sub forma înfăţişării, a proximităţii, similarităţii şi complementarităţii.

- Conform teoriei diminuării incertitudinilor, avem tendința de a diminua incertitudinea în privința altora, ajungînd să-i cunoaștem.
- Potrivit teoriei valorii rezultatului anticipat, formăm relații cînd considerăm că acest lucru are valoare.
- Teoria schimbului social anticipează că stabilim relații în care beneficiile sînt mai mari decît costurile (sau sînt cel puțin egale cu acestea).
- Conform teoriei echității, o relație bună este cea în care raportul dintre costurile și beneficiile noastre este la fel cu al partenerului.
- Oamenii folosesc cîteva comportamente de menținere a relațiilor, printre care atitudinea pozitivă, deschiderea, asigurările, rețelele sociale și împărțirea sarcinilor.

3. Caracteristicile prieteniilor (p. 319)
   - În general, ne așteptăm ca prieteniile să fie voluntare.
   - Majoritatea prieteniilor se stabilesc între egali sau persoane cu același statut.
   - Prieteniile sînt guvernate de reguli, multe dintre acestea fiind implicite.
   - Unele caracteristici ale prieteniilor diferă în funcție de sexul persoanelor implicate.
   - Prieteniile au o durată limitată; evoluează în timp și nu ne așteptăm neapărat să fie permanente.
4. Relațiile sociale la locul de muncă (p. 326)
   - Relațiile sociale pozitive cu colegii de serviciu amplifică satisfacția profesională.
   - Relațiile sociale dintre superiori și subordonați pot fi foarte pozitive, dar sînt totodată complicate, din cauza diferenței inerente sub aspectul puterii dintre aceștia.
   - Relațiile pozitive cu clienții pot aduce satisfacții mari, atît pe plan personal, cît și profesional.

TERMENI-CHEIE

atracție față de sarcini (p. 307)
atracție fizică (p. 307)
atracție interpersonală (p. 307)
atracție socială (p. 307)
comportamente de apropiere (p. 312)
comportamente de evitare (p. 313)
comportamente de menținere a relațiilor (p. 316)
deficit de beneficii (p. 316)
egal (p. 320)
nevoia de apartenență (p. 303)
nivel de comparație (p. 313)
nivel de comparație pentru alternative (p. 314)
surplus de beneficii (p. 315)
teoria diminuării incertitudinii (p. 311)
teoria echității (p. 316)
teoria schimbului social (p. 312)
teoria valorii rezultatului anticipat (p. 311)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. Cît de intensă este nevoia dumneavoastră de apartenență? În ce moduri considerați că nevoia de relații sociale influențează deciziile pe care le luați (de exemplu, unde anume să locuiți și cum să vă petreceți timpul liber)?
2. Care sînt unele dintre cele mai mari costuri asociate cu menținerea prieteniilor dumneavoastră? Care dintre prietenii au luat sfîrșit deoarece costurile au depășit beneficiile?
3. Ce afirmă teoria schimbului social și teoria echității cu privire la surplusul de beneficii într-o prietenie?
4. Dați exemple de dimensiuni sociale și ale sarcinilor în relația cu un coleg de serviciu.

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Atracția față de personalitatea cuiva este numită:
   a. atracție față de sarcini;
   b. atracție fizică;
   c. atracție semantică;
   d. atracție socială.

Teoria diminuării incertitudinilor susține că:
a. incertitudinea cu privire la o persoană creează mister și facilitează atracția față de aceasta;
b. ne place incertitudinea, deoarece știm că nu ne poate răni;
c. incertitudinea este plăcută și încercăm să o diminuăm prin comunicare;
d. nici una dintre variantele de mai sus;

Conform teoriei echității, o relație bună este una în care:
a. beneficiile sînt mai mari decît costurile;
b. costurile sînt mai mari decît beneficiile;
c. raportul dintre costuri și beneficii este egal pentru ambii prieteni;
d. nici una dintre variantele de mai sus.

Comportamentele pe care le folosesc oamenii pentru a-și exprima încrederea și devotamentul față de ceilalți constituie comportamentul de menținere a relației cunoscut sub numele de:
a. atitudine pozitivă;
b. deschidere;
c. împărțirea sarcinilor;
d. asigurări.

Hărțuirea sexuală care survine cînd un superior îi oferă unui angajat o recompensă în schimbul favorurilor sexuale este cunoscută sub numele de:
a. *quidproquo*;
b. mediu de lucru ostil;
c. manipulare sexuală;
d. solicitare ilegală.

Completați spațiile goale

Teoria conform căreia fiecare dintre noi se naște cu dorința de a căuta, stabili și menține relații sociale se numește teoria _____.

Putem fi atrași de persoane diferite de noi dacă percepem diferențele lor drept _____ sau benefice pentru noi.

Comportamentele care ne semnalează lipsa de interes față de o altă persoană sînt _____.

Deoarece prieteniile sînt _____, noi ne alegem prietenii și ei ne aleg pe noi.

Relațiile dintre superiori și subordonați pot fi complicate, din cauză că includ o diferență _____ pe care relațiile dintre angajați nu o implică.

Răspunsuri

Întrebări cu răspuns multiplu: 1 (d); 2 (c); 3 (c); 4 (d); 5 (a). Completați spațiile goale: 6. (nevoii apartenență); 7 (complementare); 8 (comportamente de evitare); 9 (voluntare); 10 (de putere).

RESURSE

Filme

ve You, Man (*Caut cavaler de onoare*, 2009, interzis minorilor sub 18 ani)
Paul Rudd joacă rolul principal în această comedie, interpretîndu-l pe Peter Klaven, un agent imobiliar care se logodește și descoperă că nu are prieteni bărbați pe care să-i invite la nuntă. Fratele și logodnica lui intervin, stabilindu-i întîlniri cu bărbați, astfel încît să-și poată face prieteni de același sex. În cele din urmă, ajunge să fie atras din punct de vedere social de un prieten foarte puțin probabil, interpretat de Jason Segel.

ood Company (*Șef, și puțin mai mult!*, comedie, 2005, cu acordul părinților)
În această comedie, Dan Foreman (interpretat de Dennis Quaid) este un agent care vinde spații publicitare, al cărui nou șef, Carter Duryea (interpretat de Topher Grace), are jumătate din vîrsta lui. Cînd Carter începe să se întîlnească cu fiica lui Dan, tensiunea dintre relația socială și relația profesională dintre Carter și Dan se amplifică.

Cărţi şi articole din periodice

Baumeister, R.F., Leary, M.R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, pp. 497-529.

Bukowski, W.M., Newcomb, A.F. (eds.) (1998). *The company they keep: Friendship in childhood and adolescence*. New York: Cambridge University Press.

Parks, M.R. (2007). *Personal relationships and personal networks*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Elrbaum Associates.

Parks, M.R., Floyd, K. (1996). Meanings for closeness and intimacy in friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, pp. 517-537.

Winstead, B.A., Derlega, V.J., Montgomery, M.J., Pilkington, C. (1995). The quality of friendships at work and job satisfaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, 12, pp. 199-215.

Site-uri

www.policylink.org/CHB/SocialRelationships/default.html

Acest site cuprinde comentarii despre asocierile dintre relaţiile sociale şi sănătate, îndeosebi sănătatea mintală. Este sponsorizat de Policy Link, un grup de studii şi susţinere care promovează echitatea economică şi socială.

www.apa.org/monitor/apr07/social.html

Acest site, sponsorizat de American Psychological Association (Asociaţia Americană de Psihologie), analizează cercetările care arată cum relaţiile sociale de la locul de muncă amplifică satisfacţia profesională.

10

Comunicarea interpersonală în relațiile de cuplu și familiale

Specificul relațiilor apropiate

Comunicarea în relațiile de cuplu

Comunicarea în familii

Crearea unui climat de comunicare pozitivă

LA BINE ŞI LA RĂU

În filmul *Love and Other Drugs* (*Dragoste şi alte dependenţe*, 2010), Anne Hathaway interpretează rolul lui Maggie Murdock, o tînără care suferă de boala Parkinson. Maggie se împrieteneşte cu Jamie Randall (interpretat de Jake Gyllenhaal), reprezentantul unei firme de produse farmaceutice, şarmant, dar superficial din punct de vedere emoţional. După o scurtă relaţie, Jamie îşi dă seama, spre surprinderea lui, că a început să aibă sentimente profunde faţă de Maggie. Sentimentele sale o pun pe Maggie într-o situaţie conflictuală, deoarece ea vrea să fie iubită, dar îi este teamă să nu fie o povară, din cauza bolii sale. La sfîrşitul filmului, atît Jamie, cît şi Maggie îşi dau seama că intimitatea reală necesită angajamentul de a-l sprijini pe celălalt şi disponibilitatea de a accepta acest sprijin.

Ar fi dificil să supraestimăm semnificaţia relaţiilor noastre apropiate. Putem avea în viaţa noastră mulţi prieteni apropiaţi, colegi de serviciu şi alte cunoştinţe, dar relaţiile noastre cu partenerii de cuplu şi cu membrii familiei sînt speciale. Aceştia sînt oamenii ale căror existenţe ne influenţează cel mai mult şi cărora le împărtăşim cele mai profunde tristeţi şi cele mai mari bucurii. De obicei, investim mult în relaţiile de cuplu şi familiale şi ne simţim mai dedicaţi faţă de acestea, în comparaţie cu orice alte relaţii. Aceste relaţii apropiate ne modelează viaţa în moduri unice şi importante. De asemenea, viaţa de familie şi relaţiile de cuplu se influenţează reciproc. Crescînd într-o familie, sîntem expuşi astfel pentru prima oară la relaţii personale şi la primele exemple de uniuni. În plus, relaţiile de cuplu pe care le stabilim în perioada adultă constituie adesea fundamentul întemeierii altor familii. Prin urmare, deşi relaţiile de cuplu şi familiale sînt diferite în cîteva privinţe importante, adesea între cele două există o conexiune strînsă.

1. Specificul relaţiilor apropiate

Mulţi oameni se gîndesc clar la relaţii de cuplu cînd aud sintagma *relaţii apropiate*, dar apropierea nu înseamnă doar romantism. **Apropierea** înseamnă o intimitate emoţională semnificativă pe care o trăim într-o relaţie, fie aceasta de cuplu sau nu. Unele caracteristici comune ale relaţiilor apropiate este faptul că necesită o dedicare profundă, induc interdependenţă, necesită investiţii continue şi generează tensiuni dialectice.

➲ **apropiere** Intimitate emoţională semnificativă trăită într-o relaţie.

Subiect de discuţie: Spuneţi-le studenţilor să reflecteze la ceea ce cred atunci cînd aud cuvîntul *apropiere*. Utilizînd răspunsurile lor, purtaţi o discuţie despre modul în care şi relaţiile nonsexuale (de exemplu, majoritatea relaţiilor familiale) pot fi apropiate.

Relaţiile apropiate necesită o dedicare profundă

După ce a fost diagnosticat cu cancer pancreatic în stadiu avansat, în 2008, boală care în cele din urmă i-a adus sfîrşitul, actorul Patrick Swayze s-a bazat mult pe dedicarea soţiei sale cu care era căsătorit de 34 de ani, Lisa Niemi. În timpul celor 20 de luni de boală şi tratament, Niemi l-a ajutat pe soţul ei să facă faţă dificultăţilor fizice şi emoţionale şi a fost alături de el cînd a murit, în septembrie 2009.

Ca Niemi, majoritatea sîntem mai dedicaţi relaţiilor noastre apropiate decît altor relaţii. De exemplu, putem fi dispuşi să ignorăm diferenţe minore şi să facem compromisuri pentru a ne menţine relaţiile apropiate. **Dedicarea** este dorinţa noastră de a menţine o relaţie indiferent ce se întîmplă. Cînd oamenii sînt dedicaţi unul celuilalt, ei presupun că au un viitor împreună. Această presupunere este importantă, deoarece majoritatea relaţiilor apropiate – de exemplu, relaţiile familiale şi de cuplu – se confruntă din cînd în cînd cu conflicte şi tensiuni. Putem face faţă acestor momente dificile datorită convingerii că relaţia noastră le va supravieţui.

➲ **dedicare** Dorinţa de a rămîne într-o relaţie.

În viaţa de zi cu zi: În privinţa unui partener romantic şi îndeosebi a unei rude, este uşor să simţiţi că, deşi iubiţi persoana respectivă, nu o simpatizaţi neapărat. O trăsătură care diferenţiază adesea aceste relaţii de relaţiile mai puţin apropiate este faptul că ele pot susţine această ambivalenţă.

De obicei, relaţiile noastre apropiate includ un anumit nivel de *dedicare emoţională*, un sentiment de responsabilitate pentru sentimentele şi bunăstarea emoţională a celuilalt. De exemplu, dedicarea emoţională faţă de partenerul dumneavoastră de cuplu vă determină să-i ascultaţi problemele, deşi par banale. De asemenea, relaţiile noastre apropiate implică şi un anumit nivel de *dedicare socială*, care ne determină să petrecem timp împreună, să facem compromisuri, să fim generoşi cu laudele şi să evităm conflictele mărunte. În unele relaţii de cuplu, dedicarea emoţională ia forma petrecerii timpului împreună cu prietenii sau rudele partenerului, deşi compania acestora nu este agreată. Nu în ultimul rînd, unele relaţii apropiate sînt consolidate prin *dedicări legale şi financiare*, o exprimare mai formală a obligaţiilor reciproce ale oamenilor. Părinţii au responsabilitatea legală de a oferi adăpost, hrană, îmbrăcăminte, îngrijiri medicale şi educaţie copiilor lor minori, iar membrii familiei îşi asumă adesea obligaţii financiare, pentru a îngriji rude în vîrstă sau care au anumite nevoi fizice sau mintale. Indiferent de formă, dedicarea este unul dintre fundamentele relaţiilor apropiate.

Deşi dedicarea profundă este importantă pentru multe relaţii, oamenii pot exagera în această privinţă. La un nivel extrem, dedicarea se poate transforma în obsesie.

Relațiile apropiate induc interdependență

➲ interdependență Stare în care comportamentul fiecărei persoane îi influențează pe toți ceilalți implicați în relație.

O altă trăsătură specifică a relațiilor apropiate este faptul că presupun niveluri ridicate de **interdependență**, adică ceea ce i se întîmplă unei persoane le influențează pe toate celelalte persoane implicate în relație. Deoarece oamenii dintr-o familie sau din relații de cuplu depind unul de altul, acțiunile unei persoane au efecte asupra acțiunilor celorlalți. De exemplu, modul în care părinții își folosesc timpul și banii depinde nu numai de ei, ci și de necesitățile copiilor. De asemenea, rezultatele școlare ale copiilor și felul în care se comportă cu frații lor îi influențează și pe părinți. Prin urmare, părinții și copiii sînt interdependenți; la fel și partenerii de cuplu. Dacă unei femei îi este oferită o promovare la serviciu care presupune schimbarea domiciliului, de exemplu, decizia ei îl va afecta pe partenerul ei la fel de mult ca și pe ea. Esența interdependenței este ideea că acțiunile noastre influențează viețile altor oameni la fel de mult pe cît le influențează pe ale noastre.

Subiect de discuție: Puteți diferenția dependența de interdependență, evidențiind faptul că prima presupune dependența unei persoane de alta (de exemplu, dependența unui copil de mama lui), în timp ce ultima presupune două persoane care se bazează una pe alta.

Aproape toate relațiile presupun un anumit nivel de interdependență. Relațiile apropiate se deosebesc prin *gradul* lor de interdependență. Vă puteți simți foarte apropiat de cel mai bun prieten al dumneavoastră, dar probabil că nu v-ați vinde casa și nu v-ați muta dacă și-ar schimba locul de muncă. Dacă șeful dumneavoastră și-ar rupe piciorul, i-ați trimite flori sau i-ați face o vizită la spital, dar probabil nu l-ați îngriji în permanență.

Asemene majorității relațiilor sociale, prieteniile și relațiile de la locul de muncă presupun un anumit nivel de interdependență. Ceea ce diferențiază de obicei relațiile noastre de cuplu și familiale este nivelul lor *mai ridicat* de interdepedență. Acest nivel sporit de interdependență ne motivează adesea să adoptăm comportamente mai ample de menținere a relațiilor decît în cazul prietenilor și colegilor de serviciu.

Relațiile apropiate necesită investiții continue

În comparație cu alte relații, relațiile apropiate presupun adesea un nivel mai ridicat al **investiției** – cu alte cuvinte, dedicarea energiilor și a altor resurse relațiilor respective, îndeosebi a unor resurse precum timpul, banii și atenția. De asemenea, ne așteptăm să beneficiem de pe urma investițiilor respective – de exemplu, gîndiți-vă la așteptările noastre legate de investițiile financiare –, dar știm că nu putem recupera resursele dedicate relației respective, dacă ajunge la un sfîrșit. De exemplu, dacă ne înstrăinăm de frați pe parcursul vieții adulte, putem avea în continuare amintiri despre relațiile noastre, dar nu putem recupera timpul, atenția și resursele materiale investite în ele.

➲ investiție Resursele pe care le folosim într-o relație.

Subiect de discuție: Investiția este asociată cu costurile implicate de stabilirea și menținerea unei relații. Am discutat despre acest aspect în capitolul anterior, cu referire la prietenii. Cereți-le studenților să identifice unele costuri asociate relațiilor de cuplu sau familiale.

Cercetarea în prim-plan: Unul dintre primele studii despre hărțuirea cibernetică a relevat că o treime dintre respondenți s-au confruntat cu o anumită formă de intruziune relațională mediată de calculator[1].

[1]Spitzberg, B.H., Hoobler, G. (2002). Cyberstalking and the technologies of interpersonal terrorism. *New Media & Society*, 4, pp. 71-92.

Adesea, persoanele implicate în relații de cuplu conștientizează foarte bine cît de mult – și cît de echitabil – investesc în relația respectivă. Studiile relevă că partenerii de cuplu sînt cel mai fericiți atunci cînd simt că ambii fac investiții la fel de mari în relația respectivă[1]. Dacă aveți impresia că investiți mai mult timp sau resurse în relație în comparație cu partenerul dumneavoastră, este ușor să

ţeţi resentimente. Cele mai satisfăcătoare relaţii apropiate par să fie cele în care ambii parteneri investesc în mod egal.

Relaţiile apropiate generează tensiuni dialectice

Aţi simţit vreodată că, deşi voiaţi să vă apropiaţi mai mult de cineva, doreaţi totodată să vă menţineţi individualitatea? În relaţiile dumneavoastră, v-aţi dorit să faceţi mai multe confesiuni, dar totodată să ţineţi unele lucruri secrete? Poate că vă plac noutatea şi surpriza în relaţii, dar vreţi totodată ca acestea să fie stabile şi previzibile. Dacă astfel de sentimente vă sînt familiare, aţi simţit ceea ce cercetătorii specializaţi în relaţii numesc **tensiuni dialectice** – conflicte dintre două nevoi sau dorinţe importante, dar opuse. Tensiunile dialectice sînt frecvente în relaţiile apropiate[2]. În cadrul familiilor, al relaţiilor de cuplu şi chiar în cadrul prieteniilor, survin adesea îndeosebi trei tipuri de tensiuni dialectice.

Ca într-un balansoar, gestionarea tensiunilor dialectice din relaţiile noastre ne determină adesea să oscilăm între două dorinţe opuse.

⊃ tensiuni dialectice Conflicte dintre două nevoi sau dorinţe importante, dar opuse.

Subiect de discuţie: În centrul unei tensiuni dialectice se situează contradicţia, ce are două elemente centrale. În primul rînd, fiecare forţă opusă trebuie să contribuie la definirea celeilalte. De exemplu, înţelegem deschiderea doar dacă înţelegem şi închiderea şi viceversa. În al doilea rînd, forţele opuse trebuie să se nege reciproc. De exemplu, cu cît ceva este mai nou, cu atît este mai puţin previzibil şi invers.

Subiect de discuţie: O caracteristică a tensiunilor dialectice este faptul că ambele forţe sînt dezirabile. Autonomia se opune conectivităţii, deoarece ne dorim o anumită doză de autonomie şi o anumită doză de conectivitate în relaţiile noastre. Nu le dorim neapărat concomitent, în acelaşi mod sau în aceeaşi măsură, dar vrem cîte puţin din fiecare. Acelaşi lucru este valabil şi în cazul altor tensiuni.

În afara sălii de curs: Rugaţi-i pe studenţi să noteze, timp de o săptămînă, cînd şi cum resimt aceste tensiuni dialectice în relaţiile lor.

AUTONOMIE *VERSUS* CONEXIUNE. O tensiune obişnuită în relaţiile apropiate este cea dintre *autonomie* – sentimentul de a dori să ne aparţinem nouă înşine – şi *conexiune* – dorinţa de a fi apropiaţi de ceilalţi. Oamenii manifestă adesea această tensiune în relaţia cu copiii lor. Mai ales cînd copiii ajung la adolescenţă, este natural să-şi dorească o autonomie mai mare. La urma urmei, adolescenţa este acea perioadă a vieţii în care încep să-şi dezvolte identităţi independente şi să ia decizii proprii[3]. Totuşi, mulţi adolescenţi vor încă să fie apropiaţi emoţional de părinţii lor. Chiar pe măsură ce învaţă să se comporte ca adulţii, simt încă nevoia de apropierea familială şi tînjesc după securitatea oferită de aceasta. De fapt, nu este neobişnuit ca părinţii şi copiii să resimtă o vreme această tensiune dialectică, chiar după ce copiii devin adulţi.

DESCHIDERE *VERSUS* ÎNCHIDERE. O altă tensiune dialectică frecventă este conflictul dintre *deschidere* – dorinţa de destăinuire şi sinceritate – şi *închidere* – dorinţa de a păstra anumite lucruri, gînduri sau idei pentru sine. Să presupunem că fratele dumneavoastră vă întreabă cum decurge o nouă relaţie. Pe de o parte, vreţi să-i faceţi confidenţe, ca modalitate de a consolida deschiderea faţă de el. Pe de altă parte, puteţi simţi că este mai bine să păstraţi unele detalii doar pentru dumneavoastră, din respect pentru intimitatea partenerului. Cu alte cuvinte, doriţi parţial deschidere, iar parţial închidere.

PREDICTIBILITATE *VERSUS* NOUTATE. În plus, multe relaţii apropiate se confruntă cu conflicte între *predictabilitate* – dorinţa de consecvenţă şi stabilitate – şi *noutate* – dorinţa de experienţe inedite, noi. De exemplu, după aproape 20 de ani de căsătorie, Pauline şi Victor aveau rutine atît de clar stabilite, încît relaţia lor devenise extrem de previzibilă. O astfel de previzibilitate poate fi liniştitoare, dar uneori mariajul lor părea învechit şi îi făcea să-şi dorească experienţe noi. Au descoperit că dacă încercau ceva nou – de exemplu, urmau împreună un curs de limbi străine sau făceau voluntariat la o cantină socială –, descopereau o schimbare revigorantă, diferită de previzibilitatea existenţei lor comune. Totodată însă îşi dădeau seama că previzibilitatea conferea relaţiei lor o ordonare şi o certitudine apreciate de amîndoi.

Cercetătorii consideră că tensiunile dialectice reprezintă o componentă normală a oricărei relaţii apropiate, interdependente, şi că devin problematice doar cînd oamenii nu reuşesc să le gestioneze. În tabelul 10.1 puteţi citi despre cîteva strategii folosite de partenerii relaţionali pentru a rezolva tensiunile dialectice.

Nu este neobişnuit ca membrii familiei şi persoanele implicate în relaţii de cuplu să testeze cîteva dintre aceste strategii. Dacă procedaţi astfel în relaţiile apropiate, veţi descoperi probabil că unele tehnici sînt mai eficiente decît altele. Pentru a vă îmbunătăţi comunicarea în relaţiile apropiate, nu sînteţi nevoit să vă adaptaţi anumite strategii şi să le ignoraţi pe altele. Mai degrabă, dacă sînteţi conştient de diferite opţiuni de gestionare a tensiunilor dialectice, puteţi opta pentru cele care dau rezultate mai bune în cazul dumneavoastră.

Tabelul 10.1. Strategii de gestionare a tensiunilor dialectice: cazul Moirei şi al lui Albee

Cercetătorii au identificat opt strategii folosite de oamenii implicaţi în relaţii apropiate în scopul gestionării tensiunilor dialectice. Nici una dintre aceste strategii nu este inerent pozitivă sau negativă. Mai degrabă, eficienţa lor depinde de obiectivele persoanelor respective în ceea ce priveşte relaţia şi de contextul în care le aplică.

Pentru a ilustra aceste strategii, să presupunem că Moira s-a logodit cu Albee şi resimte tensiunea dintre autonomie şi conexiune. Moira îşi doreşte intens să se căsătorească cu Albee şi să fie conectată cu el, dar totodată vrea extrem de mult să-şi păstreze individualitatea şi autonomia. Să analizăm cîteva dintre strategiile pe care le-ar putea utiliza pentru a gestiona această tensiune:

- *Negarea*: Această strategie implică a reacţiona la o singură componentă a tensiunii, ignorînd-o pe cealaltă. De exemplu, dacă Moira ar adopta această strategie, ea şi-ar putea nega dorinţa de autonomie şi şi-ar concentra toată atenţia asupra conectării cu Albee.
- *Dezorientarea*: Această strategie implică evitarea totală a tensiunii, prin încheierea relaţiei. De exemplu, Moira s-a putea simţi atît de dezorientată din cauza tensiunii dintre dorinţa ei de autonomie şi dorinţa de conexiune, încît ar rupe logodna.
- *Alternarea*: Alternarea înseamnă oscilarea între cele două componente ale tensiunii. De exemplu, în unele zile, Moira se poate comporta în moduri care îi accentuează autonomia şi individualitatea, de exemplu, petrecînd timp singură. În alte zile, se poate comporta în moduri care îi consolidează conexiunea cu Albee, de exemplu, participînd la activităţi comune care le fac plăcere amîndurora.
- *Segmentarea*: Această strategie implică gestionarea unei dimensiuni a tensiunii în unele privinţe sau segmente ale relaţiei şi a celeilalte dimensiuni a tensiunii în alte segmente. Dacă Moira ar alege această strategie, ea ar putea evidenţia conexiunea cu Albee, făcîndu-i confesiuni intime, dar şi-ar putea evidenţia autonomia, menţinîndu-şi autonomia financiară sau păstrîndu-şi numele de familie după căsătorie. În loc să oscileze între cele două dimensiuni ale tensiunii, ca în cazul alternării, ea gestionează o dimensiune a tensiunii din perspectiva anumitor segmente ale relaţiei, iar cealaltă dimensiune din perspectiva altor segmente.
- *Echilibrul*: Persoanele care folosesc echilibrul ca strategie încearcă să facă un compromis sau să găsească o cale de mijloc între cele două forţe opuse ale tensiunii. De exemplu, Moira poate alege să-i dezvăluie într-o măsură mai mare sentimentele ei lui Albee, păstrînd însă pentru ea unele sentimente. Această strategie nu o va determina probabil să se simtă pe cît de independentă sau pe cît de conectată îşi doreşte să fie, dar ea se poate simţi satisfăcută în legătură cu fiecare dorinţă, într-o anumită măsură.
- *Integrarea*: Prin intermediul acestei strategii, oamenii încearcă să adopte comportamente care să satisfacă simultan ambele componente ale unei tensiuni. Moira se simte conectată cu Albee cînd îşi petrec serile împreună, însă totodată îi place să aleagă ea singură cum îşi petrece timpul. Pentru a reconcilia aceste nevoi, adesea citeşte sau rezolvă integrame, în timp ce Albee se uită la televizor în aceeaşi cameră. Acest aranjament o face să se simtă atît independentă, cît şi conectată, concomitent. Spre deosebire de strategia echilibrului, care se concentrează asupra unui compromis în privinţa ambelor dorinţe, integrarea se axează pe găsirea unor modalităţi de a satisface ambele dorinţe, fără a a afecta nici una dintre ele.
- *Recalibrarea*: Adoptarea acestei strategii înseamnă „reîncadrarea" unei tensiuni, astfel încît contradicţia dintre nevoile aflate în opoziţie să dispară. În loc să resimtă un conflict cauzat de nevoile

lor antagonice de autonomie și conexiune, Moira și Albee ar putea să cadă de acord, prin intermediul discuțiilor, să trateze autonomia și conexiunea ca fiind la fel de dezirabile. În consecință, ar putea considera autonomia și conexiunea nevoi complementare, mai degrabă decît antagonice.
Reafirmarea: Ultima strategie, reafirmarea, înseamnă pur și simplu acceptarea tensiunilor dialectice drept o componentă normală a vieții. Moira poate ajunge să-și dea seama că va oscila mereu între nevoia de autonomie și cea de conexiune. În loc să lupte cu tensiunea sau să facă eforturi să o rezolve, o poate accepta pur și simplu ca pe o caracteristică normală a relației lor. Dacă reîncadrarea înseamnă eliminarea tensiunii, considerînd necesitățile opuse drept complementare, reafirmarea înseamnă acceptarea tensiunii ca fiind normală.

Adaptat după Blacker, L. (1999). The launching phase of the life cycle. În B. Carter, M. McGoldrick *The expanded family life cycle : Individual, family, and social perspectives* (ediţia a III-a, pp. 287-306). : Allyn & Bacon.

ΛŢI Ce este dedicarea? Ce înseamnă a fi interdependent? Cum investesc unul în celălalt partenerii dintr-o relație? Ce este tensiunea dialectică?

ΛŢI Scrieți-i o scrisoare partenerului dumneavoastră, unuia dintre părinți sau altei persoane cu care aveți o relație apropiată și dezvăluiți de ce vă simțiți atît de dedicat relației respective. Chiar dacă nu-i veți da niciodată scrisoarea persoanei respective, formulînd în cuvinte motivațiile dedicării dumneavoastră puteți clarifica importanța relației respective.

ꞆTAŢI În ce relații simțiți că investiți cel mai mult? Cînd simțiți tensiuni între autonomie și conectivitate, deschidere și închidere sau previzibilitate și noutate?

ɔmunicarea în relațiile de cuplu

ıai apropiate dintre relaţiile apropiate sînt adesea cele cu un partener romantic. Relaţiile ılu - îndeosebi cele semnificative, pe termen lung - îi implică pe oameni din punct de : mintal, emoţional, fizic, financiar şi chiar spiritual, iar adesea ele joacă un rol nţial în experienţele sociale ale oamenilor. După cum am observat mai devreme, ele intă adesea fundamentul întemeierii unor noi familii. În această secţiune, vom analiza ɜristicile relaţiilor de cuplu şi etapele implicate în formarea şi dizolvarea unor astfel de şi vom evalua comportamentele comunicaţionale care influenţează în mod semnificativ cţia partenerilor de cuplu cu privire la relaţia lor.

:teristicile relațiilor de cuplu

ilie 2011, prinţul William de Wales s-a căsătorit cu ıa sa de multă vreme Kate Middleton. Al doilea suc- la tronul Marii Britanii - şi probabil viitor rege -, n ar trebui, conform obiceiurilor şi tradiţiei sociale, :ăsătorească şi să aibă copii, pentru a asigura con- tea familiei regale. Totuşi, dincolo de obligaţiile sale, s-ar fi căsătorit probabil oricum, deoarece înte- a unor relaţii de cuplu constituie o experienţă umană e universală. Asemenea lui William şi Kate, apro- v 95% dintre noi ne căsătorim cel puţin o dată în iar mulţi dintre cei care nu se căsătoresc au cel puţin ţie de cuplu semnificativă, asemănătoare cu o :ie[4].

Cercetarea în prim-plan: Nu toate comportamentele riscante sînt reduse totuși prin intermediul căsătoriei. A fi căsătorit pare să nu aibă nici un impact asupra fumatului[ii] și chiar amplifică riscul luării în greutate asociate cu un stil de viață sedentar[iii].

[ii] Eng, P.M., Kawachi, I., Fitzmaurice, G., Rimm, E.G. (2005). Effects of marital transitions on changes in dietary and other health behaviors in U.S. male health professionals. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 59, pp. 56-62.
[iii] Jeffrey, R.W., Rick, A.M. (2002). Cross-sectional and longitudinal associations between body mass index and marriage-related factors. *Obesity Research*, 10, pp. 809-815.

Căsătoriile şi relaţiile pe termen lung sînt foarte importante pentru sănătatea şi binele nostru. De exemplu, multe studii relevă că persoanele căsătorite au o existenţă mai lungă[5] şi mai sănătoasă[5] decît persoanele care nu se căsătoresc niciodată. Un motiv al acestor descoperiri este faptul că mariajul diminuează şansele ca o persoană să adopte comportamente care să-i pună în pericol sănătatea. În sprijinul acestei idei, studiile arată că oamenii căsătoriţi, în comparaţie cu persoanele necăsătorite, beau mai puţin[7] şi au o tendinţă mai redusă să folosească droguri ilegale precum marijuana[8]. De asemenea, ei suferă într-o măsură mai redusă de boli mintale cum ar fi depresia[9]. Cîteva studii au arătat că beneficiile căsătoriei sub aspectul sănătăţii sînt mai mari pentru bărbaţi decît pentru femei[10]. Totuşi, femeile sînt la rîndul lor mai sănătoase dacă sînt căsătorite decît dacă sînt celibatare, îndeosebi dacă sînt şomere şi nu beneficiază de sprijinul social şi de resursele financiare asociate cu un loc de muncă[11].

Deşi tradiţiile din întreaga lume variază, întemeierea relaţiilor de cuplu este o activitate umană practic universală: 95% dintre noi se căsătoresc.

Oamenii din toate societăţile cunoscute întemeiază uniuni de cuplu. Deşi multe relaţii de cuplu au anumite caracteristici, ele sînt totodată diverse. Vom analiza variaţiile referitoare la măsura în care relaţiile de cuplu sînt exclusive, voluntare, bazate pe dragoste, implică parteneri de sex opus şi sînt permanente.

RELAŢIILE DE CUPLU ŞI EXCLUSIVITATEA. O aşteptare comună privind relaţiile de cuplu este ca ele să fie exclusive. De obicei, exclusivitatea ia forma **monogamiei**, care înseamnă a fi într-o singură relaţie de cuplu la un moment dat şi evitarea implicării afective sau sexuale cu persoane din afara relaţiei. Exclusivitatea constituie o modalitate de exprimare a dedicării şi fidelităţii pe care le manifestă partenerii şi pe care au încredere unul în celălalt că le manifestă. În consecinţă, **infidelitatea** relaţională, care înseamnă a avea interacţiuni afective sau sexuale cu o persoană din afara relaţiei de cuplu, constituie adesea o experienţă traumatizantă din perspectivă emoţională pentru partenerul care îi este victimă.

➲ **monogamie** A avea o singură relaţie de cuplu la un moment dat şi a evita implicarea de cuplu sau sexuală cu alte persoane din afara relaţiei.

➲ **infidelitate** A avea interacţiuni de cuplu sau sexuale cu cineva din afara relaţiei de cuplu.

Totuşi, nu toţi partenerii de cuplu se aşteaptă ca relaţia lor să aibă un caracter exclusiv. Unele cupluri preferă în schimb să aibă relaţii „deschise", în care implicarea afectivă şi/sau sexuală cu persoane din afara relaţiei este acceptată[12]. Deşi este dificil de aflat cu exactitate cît de comun este acest tip de relaţie, studiile arată că relaţiile deschise se întîlnesc şi în rîndul heterosexualilor[13], şi al bisexualilor[14], homosexualilor[15] şi lesbienelor[16].

Nu numai că unele relaţii de cuplu nu sînt exclusive, dar exclusivitatea nu constituie întotdeauna o expectanţă în cazul căsătoriilor. De fapt, multe ţări – îndeosebi din Africa şi din sudul Asiei – permit practica **poligamiei**, în care o persoană este căsătorită cu două sau mai multe persoane concomitent. Unele persoane implicate în relaţii deschise sau poligame susţin că apreciază apropierea şi intimitatea pe care o împărtăşesc cu partenerii multipli, altele afirmă că gelozia şi resentimentele pot determina mai multe conflicte în astfel de relaţii[17].

➲ **poligamie** Practică prin care o persoană este căsătorită cu unul sau mai mulţi parteneri simultan.

RELAŢIILE DE CUPLU ŞI CARACTERUL LOR VOLUNTAR. O altă aşteptare comună privind relaţiile de cuplu este ca acestea să fie voluntare, adică oamenii să aleagă ei înşişi dacă vor să se implice, iar dacă decid acest lucru, să îşi aleagă ei înşişi partenerul de cuplu, nu să li-l aleagă alţii. Conform acestei aşteptări, o relaţie este solidă şi satisfăcătoare doar dacă ambii parteneri au ales de bunăvoie să participe la ea. Un indicator al acestei aşteptări în Statele Unite o constituie numeroasele servicii de întîlniri online şi în persoană, care le permit clienţilor să vizualizeze profilurile potenţialilor parteneri şi să-i aleagă pe cei pe care vor să-i contacteze. De fapt, un astfel de serviciu – Match.com – susţine că are peste 20 de milioane de clienţi înregistraţi[18].

Chiar dacă oamenii se implică voluntar în relații de cuplu, ei nu le mențin neapărat voluntar. Într-adevăr, studiile arată că mulți oameni sînt nefericiți în relațiile lor, dar continuă să le mențină[19]. Conform lui Denise Previti și Paul Amato, cercetători specializați în relații, cele mai comune motive pentru care oamenii rămîn fără voia lor într-o relație sînt:

- Vor să le ofere stabilitate copiilor lor.
- Convingerile lor religioase interzic despărțirea sau divorțul.
- Îi îngrijorează implicațiile financiare ale despărțirii.
- Nu văd nici o alternativă pozitivă la relația lor actuală[20].

Subiect de discuție: Toatele statele din SUA interzic căsătoria oficială cu mai mulți parteneri simultan și totodată recunosc că infidelitatea maritală constituie motiv de divorț. În unele state din SUA și în alte țări, infidelitatea maritală este chiar ilegalăiv. De exemplu, în statul Michigan a fost adoptată o lege prin care infidelitatea sexuală maritală constituie o infracțiune pasibilă de pedeapsă cu detenția.

ivKrause, H.D. (1996). *Family law* (ediția a II-a). St. Paul, Minnesotta: West.

Cu toate acestea, în multe părți ale lumii, se obișnuiește adesea ca alți oameni – de obicei părinții – să aleagă partenerii de cuplu. Conform practicii *căsătoriei aranjate* (întîlnită cel mai frecvent în Orientul Mijlociu și în alte părți din Asia și Africa), există așteptarea ca oamenii să se căsătorească cu partenerul pe care li-l aleg părinții lor. Uneori, copiii pot respinge partenerul ales de părinții lor, caz în care părinții aleg pe altcineva. În alte cazuri, copiii pot fi supuși unor presiuni pentru a se căsători cu persoana aleasă de părinți. În ambele situații, căsătoria aranjată nu este absolut voluntară.

Absența caracterului voluntar al căsătoriilor aranjate nu înseamnă neapărat că persoanele ale căror căsătorii au fost aranjate sînt nesatisfăcute de relația respectivă. Într-adevăr, persoanele care se așteaptă să aibă căsătorii aranjate pot să prefere această practică sarcinii de a-și alege singuri un partener. Totuși, în cazul persoanelor care se așteaptă să-și aleagă singure partenerul de cuplu, obiceiul căsătoriei aranjate ar tinde să le diminueze satisfacția adusă de relațiile respective.

Cercetarea în prim-plan: Studiile arată că rata divorțurilor în cazul căsătoriilor aranjate este de fapt mai mică decît în cazul celor voluntarev.

vXiaohe, X., Whyte, M.K. (1990). Love matches and arranged marriages: A Chinese replication. *Journal of Marriage and the Family*, 52, pp. 709-722.

Relațiile romantice și dragostea. Într-o mare parte din țările occidentale, oamenii concep căsătoria și alte relații de cuplu ca fiind bazate pe dragoste. În societăți individualiste precum Statele Unite și Canada, oamenii tind să creadă nu numai că ar trebui să-și aleagă ei înșiși partenerul de cuplu, ci și că această alegere ar trebui să se bazeze pe dragoste și atracție[21]. Într-adevăr, ceremonia de căsătorie tipic americană (fie religioasă, fie civilă) evidențiază importanța iubirii în relația maritală, în timp ce absența iubirii este considerată adesea o motivație a eșecului relațiilor[22].

Totuși, fie că se iubesc sau nu unul pe celălalt, oamenii se implică adesea în relații de cuplu din alte motive. Unii întemeiază relații în vederea stabilității financiare[23]. Alții stabilesc relații pentru a cîștiga putere, pentru a și-o consolida sau proteja[24], cum ar fi situația căsătoriilor dintre membri ai unor familii regale sau care dețin putere politică.

V-ați căsători cu o persoană pe care nu o iubiți? Mulți oameni din societățile colectiviste ar răspunde afirmativ. De exemplu, în țări precum China și India, alegerea unui partener conjugal este asociată mai mult cu dorințele și preferințele familiei și ale grupurilor sociale decît cu dragostea, chiar dacă nu este vorba despre o căsătorie aranjată. Conform unui studiu, doar jumătate dintre participanții din India și Pakistan credeau că iubirea este necesară în vederea căsătoriei, în timp ce 96% dintre americani credeau acest lucru[25]. Sociologul Frances Hsu a explicat că, în ceea ce privește căsătoria, „un american se întreabă «Ce simt eu?». Un chinez se întreabă «Ce părere vor avea ceilalți?»"[26].

Despre materiale media: Un articol despre căsătoriile aranjate este disponibil online la adresa http://nymag.com/nymetro/news/culture/features/11621

După cum evidențiază Stephanie Coontz, specialistă în studii pe tema familiei, conexiunea dintre dragoste și căsătorie este un curent recent din punct de vedere istoric, chiar și în culturile occidentale[27]. Ea susține că, deși iubirea de

cuplu a existat de-a lungul secolelor, societățile au început să considere dragostea un fundament al căsătoriei doar pe parcursul ultimelor trei secole. Coontz afirmă că, înainte de această perioadă, unele societăți credeau că dragostea ar trebui să apară după căsătorie, iar multe altele considerau că iubirea nu are nici o relevanță în căsătorie. Prin urmare, considerarea căsătoriei în primul rînd drept o relație afectivă este o idee apărută recent.

Relațiile de cuplu și sexualitatea. Oamenii stabilesc relații de cuplu cu alții, fie că sînt heterosexuali sau homosexuali. În multe moduri, oamenii comunică similar în relațiile de cuplu dintre parteneri de același sex și dintre parteneri de sex opus[28]. Ambele tipuri de relații valorizează intimitatea și egalitatea dintre parteneri[29]. În ambele apar conflicte[30] cu privire la subiecte asemănătoare[31]. În ambele tipuri de relații, se apelează la sprijin emoțional din partea rudelor și a prietenilor[32]. În plus, în ambele relații se negociază satisfacerea nevoilor banale, de exemplu, activitățile gospodărești cotidiene[33]. De fapt, studiile arată că persoanele de același sex implicate în relații de cuplu afirmă că au niveluri ale satisfacției egale cu cele ale cuplurilor de sex opus necăsătorite, logodite și căsătorite[34].

Etica în prim-plan: Mulți oameni cred că a le nega cuplurilor de același sex dreptul de a se căsători reprezintă o încălcare a drepturilor civile fundamentale (similară cu interzicerea dreptului de a se căsători al cuplurilor interrasiale). Care sînt aspectele etice asociate cu acest subiect? Interzicerea dreptului de a se căsători pentru persoanele de același sex constituie o acțiune etică? Oamenii au un drept fundamental de a se căsători, în primul rînd?

În ciuda acestor asemănări, relațiile de cuplu heterosexuale și homosexuale în mai toată lumea se deosebesc în ceea ce privește recunoașterea juridică. În SUA și nu numai, întrebarea dacă partenerii din cuplurile homosexuale se pot căsători este controversată social și politic de multe decenii. Persoanele din multe relații homosexuale trăiesc ca *parteneri conjugali*, deseori deținînd în comun proprietăți și crescînd copii împreună, astfel că multe cer dreptul juridic de a se căsători. Susținătorii căsătoriilor dintre parteneri de același sex afirmă că oamenii ar trebui să se poată căsători cu cei pe care-i iubesc și că este un act de discriminare interzicerea dreptului de a se căsători în funcție de sex. Potrivit opozanților, căsătoria este o relație cu scop inerent de reproducere, iar acordarea dreptului de a se căsători persoanelor de același sex amenință caracterul sacru al căsătoriei și familiei. Probabil că această problemă va rămîne controversată în continuare.

Relațiile de cuplu și permanența. Oamenii concep adesea căsătoria și alte relații de cuplu pe termen lung drept permanente. Această așteptare se reflectă în faptul că jurămintele tradiționale de căsătorie din multe părți ale lumii pun accent pe permanența căsătoriei. Jurămîntul „pînă cînd moartea ne va despărți" surprinde acest sentiment, sugerînd că, după ce partenerii sînt căsătoriți, vor rămîne împreună toată viața. Rezultatele unui sondaj recent care a avut drept subiecți 300 de persoane care își depuseseră actele în vederea căsătoriei ilustrează această idee. Deși respondenții au observat în mod corect că un procent mare din căsătoriile recente se încheie prin divorț, absolut toți au afirmat că probabilitatea ca propria sa căsătorie să se finalizeze prin divorț este zero[35]!

Multe căsătorii durează mulți ani, în parte mulțumită numeroaselor moduri în care societățile promovează, protejează și răsplătesc căsătoriile. De exemplu, în Statele Unite, legislația federală le oferă persoanelor căsătorite o serie de beneficii negate adesea cuplurilor care nu sînt căsătorite legal. Multe dintre aceste beneficii sînt asociate cu comunicarea și cu menținerea căsătoriilor și a relațiilor de familie[36]. Iată doar cîteva:

- *Privilegiul soților*: comunicarea dintre soți este privilegiată, asemenea comunicării dintre medic și pacient sau avocat și client.
- *Vizitele*: Căsătoria le oferă soților dreptul la vizită, dacă unul dintre soți este internat în spital sau se află în detenție.

- *Copiii vitregi*: Părinţii vitregi au un statut legal în raport cu fiii vitregi doar dacă sînt căsătoriţi legal cu părintele copilului.
- *Coabitarea pe proprietăţi controlate*: Căsătoria le permite soţilor să locuiască împreună în baze militare şi pe alte proprietăţi controlate.
- *Deciziile de ordin medical şi cele privind decesul*: Soţii au capacitatea de a lua decizii medicale unul pentru celălalt şi de a lua decizii privind îngroparea sau incinerarea, cînd unul dintre ei moare.
- *Protecţia împotriva violenţei domestice*: Dacă unul dintre soţi are un comportament abuziv sau violent, celălalt soţ poate solicita unui tribunal decizii de protecţie împotriva violenţei domestice.

Subiect de discuţie: Aşteptările privind permanenţa relaţiilor maritale pot cunoaşte o diminuare, un indiciu în acest sens fiind popularitatea *acordurilor prenupţiale* sau a contractelor care specifică diviziunea proprietăţii în cazul încheierii unei căsătorii. Toate cele 50 de state ale SUA şi districtul Columbia permit întocmirea unui acord prenupţial înainte de căsătorie sau de fondarea unui parteneriat civil.

Subiect de discuţie: Întrebaţi-i pe studenţi cît de multe căsătorii sau relaţii de cuplu semnificative speră sincer să aibă de-alungul vieţii. Unii ar putea răspunde că se aşteaptă la zero, alţii ar spune că una, iar alţii pot răspunde că mai mult de una. Utilizînd răspunsurile lor, discutaţi despre aşteptările lor privind permanenţa căsătoriei sau a altor relaţii de cuplu.

Totuşi, multe căsătorii şi relaţii de cuplu nu sînt de durată. După o perioadă petrecută împreună, partenerii îşi dau seama adesea că nu mai au aceleaşi obiective sau nu mai simt acelaşi nivel de atracţie unul faţă de celălalt. De asemenea, este posibil să aibă sentimente de cuplu pentru altcineva şi pot opta să încheie relaţia curentă pentru a stabili o relaţie cu cealaltă persoană. Indiferent de cauză, multe relaţii de cuplu se încheie. Vom analiza procesul încheierii relaţiilor de cuplu ulterior, în acest capitol.

Implicarea: formarea relaţiilor de cuplu

Relaţiile de cuplu nu se stabilesc brusc. Asemenea multor relaţii importante, ele evoluează, iar cercetătorii au descoperit că oamenii respectă o serie de etape relativ identice, cînd stabilesc relaţii de cuplu. De exemplu, specialistul în comunicare Mark Knapp sugerează că formarea unei relaţii implică cinci etape: iniţierea, experimentarea, intensificarea, integrarea şi crearea legăturilor (figura 10.1)[37].



Figura 10.1. Conform profesorului Mark Knapp, oamenii iniţiază relaţii în cinci etape.

Iniţierea. **Etapa iniţierii** are loc atunci cînd oamenii se întîlnesc şi interacţionează pentru prima oară. De exemplu, puteţi avea contact vizual cu o persoană în prima zi de clasă şi decideţi să vă prezentaţi sau staţi lîngă cineva în avion şi iniţiaţi o conversaţie. „Cum te cheamă?" şi „De unde eşti?" sînt întrebări comune pe care le adresează oamenii în această etapă iniţială.

etapa inţierii Etapa de dezvoltare a relaţiei în care oamenii se întîlnesc şi interacţionează pentru prima oară.

Subiect de discuţie: O serie de tradiţii din întreaga lume ilustrează conceptul că mariajul este mai degrabă o relaţie economică decît una de iubire. De exemplu, *zestrea* constă în banii sau cadourile oferite de familia miresei familiei mirelui, iar *preţul miresei* reprezintă un cost plătit de mire familiei miresei. Chiar şi obiceiul dăruirii unui inel de logodnă a apărut iniţial drept un simbol al capacităţii pretendentului de a-şi susţine financiar soţia.

Experimentarea. Cînd cunoaşteţi pe cineva de care sînteţi interesat iniţial, puteţi trece la **etapa experimentării**, pe parcursul căreia purtaţi conversaţii ca să aflaţi mai multe despre persoana respectivă. În etapa experimentării oamenii pot pune întrebări de tipul „Ce filme îţi plac?" şi „Cum

➲ **etapa experimentării** Etapa din dezvoltarea relației în care oamenii poartă conversații ca să afle mai multe unul despre celălalt.

anume te distrezi?", ca să afle informații elementare despre un potențial partener. Această etapă îi ajută pe oameni să decidă dacă au suficiente lucruri în comun pentru ca relația să progreseze.

➲ **etapa intensificării** Etapa din dezvoltarea relației în care oamenii, din cunoștințe, devin prieteni apropiați.

INTENSIFICAREA. Pe parcursul **etapei intensificării**, oamenii trec de la statutul de cunoștințe la cel de prieteni apropiați. Petrec mai mult timp împreună și pot începe să-i întîlnească pe prietenii celuilalt partener. Ei încep să-și împărtășească informații personale, de exemplu, temeri, obiective de viitor și secrete din trecut. De asemenea, manifestă o dedicare sporită față de relație și își pot exprima verbal această dedicare, prin afirmații de tipul „Ești foarte important pentru mine".

INTEGRAREA. **Etapa integrării** are loc atunci cînd s-a fundamentat o dedicare profundă, iar partenerii au sentimentul profund că relația are o identitate proprie. În această etapă, existențele partenerilor se integrează reciproc, iar ei încep să se considere o pereche – nu doar „tu" și „eu", ci „noi". Alții încep să-i vadă împreună și încep să se refere la cei doi ca la un cuplu.

➲ **etapa integrării** Etapa din dezvoltarea relației în care se fondează un devotament profund și există percepția intensă că relația are o identitate proprie.

➲ **etapa stabilirii legăturilor** Etapa din dezvoltarea relației în care partenerii își fac publică legătura.

STABILIREA LEGĂTURILOR. Ultima etapă din modelul dezvoltării relațiilor propus de Knapp este **etapa stabilirii legăturilor**, în care partenerii își fac publică dedicarea reciprocă. Aceasta poate implica mutatul împreună, logodna sau o ceremonie prin care își iau angajamente reciproce. Pe lîngă faptul că reprezintă o expresie publică a dedicării unui cuplu, stabilirea legăturilor le permite celor două persoane să beneficieze de sprijinul și aprobarea oamenilor din rețelele lor sociale.

În secțiunea „Pe scurt" găsiți o prezentare succintă a celor cinci etape ale dezvoltării unei relații.

PE SCURT • MODELUL ETAPELOR DEZVOLTĂRII UNEI RELAȚII PROPUS DE KNAPP

Inițierea • Prima întîlnire și interacțiune reciprocă
Experimentarea • Conversații pentru a afla mai multe unul despre altul
Intensificarea • Din simple cunoștințe, devin prieteni apropiați
Integrarea • Se creează o dedicare profundă și se dezvoltă o relație cu o identitate proprie
Stabilirea legăturilor • Afirmarea în public a dedicării reciproce

Subiect de discuție: În etapa de inițiere, specificul relației aflată în curs de formare nu este neapărat definit. A întîlni pe cineva pentru prima oară poate însemna începutul unei relații de cuplu, dar și începutul unei prietenii sau al unei relații profesionale.

Cercetarea în prim-plan: Studiile lui Joseph Walther au arătat că oamenii se implică adesea mai rapid în etapa experimentării atunci cînd interacționează online decît cînd interacționează față în față. El sugerează că interacțiunea online poate încuraja comunicarea hiperpersonală, prin care oamenii dezvăluie informații mai intime mai devreme în evoluția relației decît ar face-o în contexte de tip față în față.

VARIAȚII INDIVIDUALE ȘI CULTURALE ÎN FORMAREA RELAȚIILOR. Nu toate cuplurile parcurg etapele dezvoltării relațiilor în același mod. Unele pot rămîne mult timp în etapa experimentării, înainte să treacă la etapa intensificării. Altele pot progresa foarte rapid de la o etapă la alta, iar altele pot ajunge pînă la etapa integrării, dar pot amîna etapa stabilirii legăturilor. Cercetătorii au descoperit că relațiile de cuplu dintre persoane de același sex se dezvoltă conform acelorași tipuri de etape[38].

Formarea relațiilor nu este neapărat la fel în toate culturile. De exemplu, în țările care practică căsătoriile aranjate, procesul formării unei relații maritale ar arăta foarte diferit. Acesta ar include negocieri și decizii luate de părinți și mai puține contribuții din partea copiilor (sau

nici o contribuție). De asemenea, în țările în care poligamia este frecventă, etapele integrării și stabilirii legăturilor ar arăta altfel, deoarece o persoană ar putea avea mai mulți parteneri conjugali simultan. După cum am observat mai devreme, în acest capitol, așteptările culturilor privind relațiile de cuplu variază – și odată cu acestea variază și modalitățile de formare a relațiilor.

Poligamia este comună în multe țări.

Subiect de discuție: Spuneți-le studenților să indice cum știu că au ajuns în etapa integrării în relațiile lor. Care sînt indiciile?

Subiect de discuție: Cereți-le studenților să ghicească ce tip marital afirmă că înregistrează cele mai mari niveluri de devotament și dragoste. Mulți vor spune că este vorba despre cuplurile independente, dar, conform studiilor, cuplurile tradiționale susțin că au nivelurile cele mai mari de devotament și dragoste dintre toate cele patru cupluri (inclusiv cuplurile mixte)[vi]. Motivul ar putea fi faptul că perechile tradiționale beneficiază de cel mai substanțial sprijin social și validare (deoarece corespund cel mai bine așteptărilor societății privind căsătoria).

[vi] Weigel, D.J., Ballard-Reisch, D.S. (1999). All marriages are not maintained equally: Marital type, marital quality, and the use of maintenance behaviors. *Personal Relationships*, 6, pp. 291-303.

Tipuri relaționale diferite la cupluri

Chiar dacă oamenii parcurg același traseu fundamental în dezvoltarea relațiilor de cuplu, ei nu ajung să aibă în final același tip de relație. Studiile privind relațiile maritale indică mai degrabă că partenerii se încadrează în tipuri relaționale distincte. Specialista în comunicare Mary Anne Fitzpatrick a petrecut mulți ani studiind tiparele comunicării maritale. Studiile ei sugerează că oamenii întemeiază căsătorii și rămîn în ele bazîndu-se pe *scheme maritale*, ce reprezintă modelele lor cognitive pentru ceea ce este căsătoria și ceea ce ar trebui să fie[39]. Studiile lui Fitzpatrick au relevat că se întîlnesc frecvent îndeosebi trei tipuri de căsătorii: tradițională, separată și independentă[40].

Chiar dacă stabilim relații conform acelorași etape elementare, nu ajungem să avem neapărat același tip de relații. Conform expertei în căsătorii Mary Anne Fitzpatrick, sînt comune îndeosebi trei tipuri de căsătorii: tradițională, separată și independentă.

- *Cuplurile tradiționale* au o abordare culturală convențională a căsătoriei. Cred în diviziunile tipice ale muncii pe criteriul genului, conform cărora femeile sînt responsabile cu treburile casnice și cu creșterea copiilor, iar soții sînt responsabili cu reparațiile gospodărești și întreținerea automobilului. Cînd apar conflicte, soții din cuplurile tradiționale le dau curs mai degrabă decît le evită.
- *Cuplurile separate* se aseamănă cu cuplurile din căsătoriile tradiționale, cu excepția faptului că partenerii sînt mai degrabă autonomi decît interdependenți. Deseori, au interese și rețele sociale proprii și se consideră indivizi separați, mai degrabă decît un cuplu. Datorită absenței interdependenței, soții din cupluri separate nu se implică în conflicte, în general. Chiar și cînd nu sînt de acord, tind să ignore conflictul, în loc să îi dea curs în mod direct.
- *Cuplurile independente* consideră că nu depind de așteptările sociale privind căsătoria. Nu cred neapărat în rolurile convenționale ale genurilor sau în diviziunea muncii, așa că este posibil ca soția să susțină financiar familia, în timp ce soțul stă acasă cu copiii. Deși aceste cupluri se consideră independente de normele culturale, sînt extrem de interdependente. În consecință, dau curs conflictelor, cînd acestea apar.

În viața de zi cu zi: Multe cupluri căsătorite ar spune că există, pe de o parte, „căsătoria lui" și, pe de altă parte, „căsătoria ei" și că acestea două nu sînt neapărat aceleași. Tipul de cuplu mixt ilustrează ideea că, adesea, femeile și bărbații nu trăiesc în același mod experiența căsătoriei.

De asemenea, Fitzpatrick a descoperit că în aproximativ jumătate dintre cuplurile studiate soțul și soția nu sînt de acord cu privire la faptul că ar avea o căsătorie tradițională, separată sau independentă. Ea denumește cuplurile în care cei doi soți au convingeri diferite despre căsătorie *cupluri mixte*. Cel mai comun tip de cuplu mixt este cel în care așteptările soției se încadrează în tiparul cuplurilor tradiționale, iar așteptările soțului în tiparul cuplurilor separate. Modelele comunicării în cuplurile mixte reflectă cel mai probabil așteptările particulare ale fiecărui soț.

Relaţiile de cuplu sînt la fel de individuale ca persoanele implicate în ele, iar o serie dintre modalităţile prin care diferă sînt legate de comportamentele comunicaţionale. În secţiunea următoare, vom analiza pe scurt diverse moduri de a comunica în relaţiile romantice.

Comunicarea interpersonală în relaţiile de cuplu

Putem afla informaţii despre calitatea relaţiilor de cuplu dacă analizăm modul în care comunică cei doi parteneri. Patru comportamente comunicaţionale au o influenţă deosebită asupra satisfacţiei partenerilor de cuplu cu privire la relaţia lor: managementul conflictelor, managementul intimităţii, comunicarea emoţională şi comunicarea instrumentală.

RELAŢIILE DE CUPLU VARIAZĂ SUB ASPECTUL GESTIONĂRII CONFLICTELOR. Conflictul este o caracteristică comună a multor relaţii de cuplu. Specialiştii în comunicare William Wilmot şi Joyce Hocker definesc conflictul drept „o luptă exprimată între cel puţin două părţi interdependente care percep scopuri incompatibile, resurse insuficiente şi interferenţa celeilalte părţi în atingerea scopurilor lor"[41]. Partenerii dintr-o relaţie de cuplu pot avea conflicte privind multe aspecte, inclusiv felul în care îşi petrec timpul şi îşi cheltuie banii, felul în care îşi cresc copiii şi îşi gestionează obligaţiile personale şi profesionale şi felul în care li se desfăşoară viaţa sexuală. Deşi conflictele nu sînt amuzante, nu sînt neapărat rele pentru o relaţie. Modul în care cuplul gestionează conflictele – mai degrabă decît nivelul de conflicte cu care se confruntă – influenţează succesul relaţiei.

O mare parte din ceea ce ştim despre modul în care partenerii romantici gestionează conflictul provine din studiile despre căsătorie. De exemplu, John Gottman, specialist în psihologie socială şi în terapie maritală, a petrecut mulţi ani studiind felul în care comunică soţii în timpul episoadelor de conflict[42]. Conform cercetărilor sale, cuplurile maritale pot fi clasificate în patru grupuri, în funcţie de modul în care gestionează conflictele[43]:

- *Cuplurile validante* discută despre dezacordurile lor în mod deschis şi cooperant. În astfel de cupluri, soţii comunică respect faţă de opiniile celuilalt, chiar şi atunci cînd nu sînt de acord cu partenerul. Rămîn calmi, chiar şi atunci cînd discută subiecte extrem de controversate. De asemenea, folosesc umorul şi manifestări de emoţie pozitivă pentru a disipa tensiunea ce poate fi indusă de conflict.
- *Cuplurile volatile* discută la rîndul lor deschis despre dezacorduri, dar într-un mod mai degrabă competitiv decît cooperant. Cu alte cuvinte, fiecare soţ încearcă să-l convingă pe celălalt să-i adopte punctul de vedere. Conflictele acestui tip de cuplu tind să fie marcate de manifestări ale emoţiilor negative, mai degrabă decît pozitive. Totuşi, aceste conflicte sînt urmate adesea de perioade intense de afecţiune şi „împăcare".

Subiect de discuţie: Conform studiilor lui Gottman, cuplurile volatile sînt cele mai comunicative şi mai expresive dintre toate tipurile de cupluri.

- *Cuplurile care evită conflictul* gestionează dezacordurile în mod indirect, mai degrabă decît deschis. Pentru a evita disconfortul determinat de implicarea în conflict, aceste cupluri încearcă să risipească emoţiile negative şi să se concentreze asupra asemănărilor dintre ele. Au impresia că nu au mult de cîştigat dacă dau curs conflictului în mod direct şi cred că majoritatea problemelor se vor rezolva de la sine. Adesea „sînt de acord să nu fie de acord", această tactică permiţîndu-le să evite conflictul, dar problemele care îl generează pot rămîne nerezolvate.
- *Cuplurile ostile* manifestă conflicte frecvente şi intense. Pe parcursul episoadelor conflictuale, cuplurile ostile utilizează manifestări ale emoţiilor negative, de exemplu, tonalităţi dure ale vocii şi expresii faciale care indică mînia sau frustrarea. De asemenea, întreprind atacuri personale care includ insulte, sarcasm, apelative, învinuiri şi ale tipuri de critică.

Deşi Gottman şi-a elaborat categoriile cu referire la cuplurile căsătorite, studii mai recente întreprinse de cercetătorii Thomas Holman şi Mark Jarvis arată că aceleaşi categorii li se aplică şi cuplurilor heterosexuale necăsătorite[44]. Mai puţine studii au fost efectuate cu privire la comunicarea pe parcursul conflictelor în cuplurile de lesbiene şi gay. Studiile lui Gottman au identificat însă unele diferenţe între stilurile conflictuale ale cuplurilor homosexuale şi heterosexuale. Mai precis, cercetările sale au evidenţiat că, în comparaţie cu cuplurile heterosexuale, cuplurile de gay şi lesbiene :

- Folosesc mai mult umor şi emoţii pozitive în timpul conversaţiilor conflictuale ;
- Tind într-o măsură mai mică să devină ostile după un conflict ;
- Folosesc mai puţine manifestări de dominare şi putere pe parcursul unui episod conflictual ;
- Sînt mai puţin înclinate să considere conflictul o problemă individuală ;
- Îşi păstrează calmul emoţional şi psihologic în timpul conflictului.

Pentru multe relaţii de cuplu, conflictul este neplăcut, dar inevitabil. Vom evalua ulterior strategiile eficiente pentru gestionarea sa, în capitolul 11.

Conform studiilor lui Gottman, cuplurile de același sex gestionează conflictele ușor diferit față de cuplurile heterosexuale.

RELAŢIILE DE CUPLU VARIAZĂ SUB ASPECTUL MANAGEMENTULUI INTIMITĂŢII. În toate relaţiile de cuplu, partenerii trebuie să aleagă ei înşişi modul în care gestionează informaţiile pe care le consideră a fi intime. De exemplu, cînd Kali şi Neal aveau dificultăţi privind conceperea unui copil, s-au gîndit atent cui anume îi vor spune. Neal simţea că această informaţie nu priveşte pe nimeni decît pe ei înşişi şi prefera să o ţină secretă. Kali voia să o împărtăşească familiei şi prietenilor apropiaţi, pentru că avea nevoie de sprijinul lor emoţional. Problemele lor legate de conceperea unui copil cauzau deja destul stres în relaţie ; dezacordul legat de păstrarea secretă a informaţiei nu făcea decît să amplifice stresul.

Specialista în comunicare Sandra Petronio consideră că toţi oamenii simt tensiuni între dezvăluirea anumitor informaţii şi păstrarea lor secretă. Ea a elaborat **teoria managementului intimităţii comunicării**, pentru a explica modul în care indivizii şi cuplurile gestionează tensiunile respective[45]. Teoria managementului intimităţii comunicării susţine că Neal şi Kali *deţin în comun* informaţiile despre problemele lor. Informaţiile le aparţin lor, prin urmare ei trebuie să decidă dacă le ţin pentru sine sau le împărtăşesc altora.

➲ **teoria managementului intimității comunicării** Teorie care explică felul în care oamenii gestionează tensiunea dintre intimitate și dezvăluire.

Indivizii şi cuplurile au abordări diferite ale intimităţii. Unii dintre noi sînt „ca o carte deschisă" – adică nu au inhibiţii legate de dezvăluirea informaţiilor private altor persoane. Alţii sînt discreţi, comunică informaţiile private doar cîtorva persoane bine alese. Studiile arată că unii dintre noi pur şi simplu sînt mai înclinaţi decît alţii să dezvăluie informaţii personale. Totuşi, în majoritatea cazurilor, deciziile noastre privind dezvăluirea informaţiilor sînt influenţate de persoanele cărora le facem dezvăluirile, de cît de mult avem încredere în ele şi de nivelul dezvăluirilor pe care ni le-au făcut acestea la rîndul lor[46]. Indiferent ce motive avem pentru a dezvălui informaţii altora, trebuie să conştientizăm întotdeauna care sînt informaţiile pe care un partener de cuplu se aşteaptă să le păstrăm secrete.

Subiect de discuție: O modalitate prin care cercetătorii stabilesc delimitările intimității într-o relație constă în analizarea subiectelor de conversație evitate de obicei, deoarece acestea indică o dorință intensă de intimitate cu privire la respectivele subiecte. Studiile sugerează că anumite subiecte sînt evitate frecvent în relațiile personale; printre ele se numără eșecurile și experiențele negative, informațiile despre abuzul de substanțe sau comportamentul sexual, îngrijorările de natură financiară sau privind datoriile și problemele de ordin legal.

Subiect de discuție: Cereți-le studenților să identifice anumite comportamente folosite de oameni pentru a comunica emoția pozitivă și negativă în relațiile lor.

RELAŢIILE DE CUPLU VARIAZĂ SUB ASPECTUL GESTIONĂRII COMUNICĂRII EMOŢIONALE. Comunicarea emoţională constituie o componentă importantă a majorităţii relaţiilor de

cuplu. Conform studiilor, modul în care partenerii își exprimă emoțiile unul față de celălalt poate spune mult despre calitatea relației lor[47]. Mai precis, acest lucru reflectă cît de satisfăcuți sînt partenerii unul de celălalt[48].

De exemplu, să presupunem că Anita și soțul ei, Jonah, sînt căsătoriți de opt ani. Ei dețin împreună o casă unde au și un mic atelier de olărit și cresc cele două fiice gemene ale lui Jonah dintr-o căsătorie anterioară. Se confruntă cu dificultăți, ca orice cuplu, dar ambii sînt foarte satisfăcuți de relația lor. Să presupunem că vizavi de Anita și Jonah locuiesc Brad și Lynne. Sînt împreună de aproape zece ani, dar s-au despărțit de două ori în această perioadă. Cea mai recentă separare a durat cîteva luni și ar fi pus capăt pentru totdeauna relației dacă familia lui Lynne nu ar fi făcut presiuni asupra cuplului pentru ca aceștia să-și rezolve problemele. Atît Brad, cît și Lynne și-ar descrie relația drept foarte nesatisfăcătoare.

Conform studiilor, una dintre cele mai vizibile diferențe sub aspectul tiparelor comunicaționale ale acestor două cupluri constă în exprimarea emoțiilor. Pe parcursul cîtorva studii, specialiștii în psihologie socială John Gottman și Robert Levenson au identificat două tipare de comunicare emoțională care diferențiază cuplurile fericite de cuplurile nefericite.

Cercetarea în prim-plan: Raportul de cinci la unu al comportamentor pozitive/negative în cuplurile fericite este numit raportul lui Gottman.

În primul rînd, partenerii fericiți, precum Anita și Jonah, își comunică reciproc mai multe emoții pozitive și mai puține emoții negative decît partenerii nefericiți, precum Brad și Lynne[49]. Îndeosebi persoanele implicate în relații satisfăcătoare exprimă mai multă afecțiune, folosesc mai mult umor și comunică mai multe asigurări sau manifestări verbale ale dedicării lor față de relația respectivă. În schimb, persoanele implicate în relații nesatisfăcătoare exprimă mai multă mînie, dispreț, tristețe și ostilitate[50]. Cercetările efectuate de Gottman și Levenson au evidențiat îndeosebi că membrii cuplurilor satisfăcătoare mențin o proporție de cinci comportamente pozitive la un comportament negativ[51].

Al doilea tipar de comunicare emoțională identificat de Gottman și Levenson este faptul că membrii cuplurilor nefericite sînt mai înclinați să reacționeze tot prin emoții negative la manifestările emoțiilor negative, în comparație cu membrii cuplurilor fericite[52]. De exemplu, cînd Lynne îl critică pe Brad sau își exprimă supărarea față de el, adesea el îi răspunde prin același tip de comportament, exprimîndu-și și el mînia sau criticînd-o la rîndul lui. Acest tip de reacție amplifică negativismul conversației lor. În consecință, partenerilor le este adesea dificil să rezolve problemele care stau la baza conflictului, deoarece se concentrează atît de mult asupra emoțiilor negative pe care le comunică. În schimb, membrii cuplurilor fericite tind mai degrabă să reacționeze la manifestările negative prin comportamente neutre sau pozitive. Citiți caseta „Aveți aptitudini?" și veți găsi recomandări privind generarea reacțiilor neutre la manifestările emoționale negative.

Relațiile de cuplu variază sub aspectul gestionării comunicării instrumentale. Persoanele implicate în majoritatea relațiilor sentimentale comunică între ele despre diverse subiecte instrumentale, cotidiene, de exemplu, cine gătește cina și cine duce copiii la antrenamentul de fotbal[53]. Comunicarea instrumentală vizează sarcinile cotidiene necesare cu care se confruntă un cuplu, fapt care explică de ce este una dintre cele mai frecvente forme de comunicare dintre parteneri[54]. De asemenea, poate fi unul dintre cele mai disputate aspecte cu care se confruntă cuplurile, deoarece partenerii sînt adesea în dezacord cu privire la împărțirea responsabilităților pentru sarcinile instrumentale[55].

Cercetarea în prim-plan: Conform studiilor, cu cît cuplurile se confruntă cu conflicte între solicitările casnice și solicitările de la locul de muncă, cu atît sînt supuse unui stres fizic mai mare[vii].

[vii] Hill, E.J. (2005). Work-family facilitation and conflict, working fathers and mothers, work-family stressors and support. *Journal of Family Issues*, 26, pp. 793-819.

AVEŢI APTITUDINI?

CUM SĂ REACŢIONAŢI LA MANIFESTĂRILE EMOŢIONALE NEGATIVE

Nu lăsaţi emoţiile negative să se intensifice.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
văţaţi să acţionaţi la anifestări noţionale gative prin anifestări utre.	Pentru a diminua negativitatea dintr-o conversaţie, de exemplu, în cazul unui dezacord cu partenerul, astfel încît orice probleme care stau la baza conflictului să fie rezolvate.	1. Cînd cineva are manifestări negative faţă de dumneavoastră, identificaţi mintal emoţiile transmise. Nu uitaţi că există cîteva tipuri de emoţii negative, printre care mînia, dezgustul, resentimentul, gelozia, tristeţea şi teama. 2. Spuneţi-vă în gînd în mod conştient să nu reacţionaţi imediat la manifestările respective. În schimb, ignoraţi negativitatea şi concentraţi-vă asupra a *ceea ce spune* persoana respectivă, mai degrabă decît a modului în care o spune. 3. Parafrazaţi cuvintele sale într-un mod cît mai calm posibil, asigurîndu-vă că înţelegeţi comentariile persoanei şi că vă veţi concentra atenţia asupra subiectului, nu asupra emoţiei. 4. Invitaţi persoana respectivă să discute problema cu calm. Dacă vă confruntaţi cu şi mai multă negativitate, păstraţi-vă calmul şi continuaţi să-i parafrazaţi afirmaţiile pînă se calmează.	1. Împreună cu un partener, efectuaţi un joc de rol constînd dintr-o conversaţie în care cealaltă persoană să-şi manifeste faţă de dumneavoastră diverse forme de negativitate. De exemplu, partenerul dumneavoastră şi-ar putea manifesta tristeţea şi mînia pentru că nu aţi mai petrecut mult timp cu el în ultima vreme. 2. Încercaţi să ignoraţi negativismul partenerului dumneavoastră şi parafrazaţi-i cu calm comentariile. De exemplu: „Te aud spunînd că te simţi rănit şi că nu am petrecut mult timp alături de tine în ultima vreme". 3. Dacă partenerul vă verifică interpretarea, răspundeţi-i: „Îmi pare bine că discutăm despre acest lucru". Ascultaţi ce are de spus persoana respectivă, dar păstraţi-vă calmul. Dacă nu răspundeţi la manifestările negative ale partenerului tot prin negativitate, probabil că acesta se va calma şi va reuşi să discute în mod raţional.

ANALIZAŢI: ***De ce reacţiile de negativitate la manifestările negative determină amplificarea acestora?***

Modul în care partenerii negociază diviziunea sarcinilor cotidiene este important pentru ıţia lor din cel puţin două motive. În primul rînd, sarcinile cotidiene precum curăţenia, itul şi îngrijirea copiilor *trebuie* efectuate, astfel încît majoritatea cuplurilor nu pot lăsa la ı întîmplării deciziile privind cine se va ocupa de ele. În al doilea rînd, modul în care tenerii îşi împart sarcinile banale, cotidiene, reflectă sea raportul de putere din cadrul relaţiei[56]. Dacă un tener îşi asumă un nivel de control şi de putere mai mare ît celălalt, respectivul este într-o poziţie mai avantajoasă ıtru a decide cum vor fi împărţite sarcinile. În schimb, dacă ambii parteneri se consideră el de puternici, diviziunea sarcinilor instrumentale poate fi mai echitabilă[57].

Modul în care partenerii îşi împart sarcinile banale ca, de exemplu, îngrijirea copiilor reflectă adesea echilibrul puterii în relaţia lor.

Relaţiile de cuplu variază mult sub aspectul modului în care partenerii comunică pe tema ıărţirii sarcinilor cotidiene. În relaţiile dintre persoane de sex opus, cei care cred în

comportamentele tradiționale specifice genurilor divid adesea sarcinile instrumentale în conformitate cu delimitările stereotipe dintre genuri[58]. Prin urmare, bărbații efectuează sarcini precum îngrijirea curții și repararea automobilului, iar femeile își asumă responsabilitatea pentru prepararea meselor și îngrijirea copiilor. În schimb, partenerii care nu adoptă neapărat comportamente tradiționale conforme cu rolurile de gen au adesea conflicte legate de împărțirea sarcinilor instrumentale[59]. Mai precis, femeile își doresc adesea ca partenerii lor să-și asume o responsabilitate mai mare privind treburile gospodărești și îngrijirea copiilor, în comparație cu nivelul la care se implică de fapt aceștia[60]. În comparație cu bărbații, femeile tind într-o măsură mai mare să aibă impresia că diviziunea sarcinilor instrumentale este injustă, sentimente care le diminuează satisfacția adusă de relație[61].

În privința relațiilor dintre persoane de același sex, studiile recente au speculat că partenerii homosexuali și-ar putea împărți sarcinile instrumentale mai echitabil decît partenerii de sex opus, fiecare partener de același sex asumîndu-și atît responsabilități stereotipic masculine, cît și stereotipic feminine. Într-un sondaj care a avut drept subiecți 113 cupluri de pe întreg teritoriul SUA, profesorul de comunicare Justin Boren a descoperit că un astfel de model era comun, îndeosebi pentru cuplurile foarte satisfăcute de relația lor[62].

Despărțirea: disoluția relațiilor de cuplu

La fel cum relațiile romantice se dezvoltă în timp, ele se și încheie în timp. Specialistul în comunicare Mark Knapp a descris cinci etape pe care le parcurg relațiile cînd se încheie: diferențierea, circumscrierea, stagnarea, evitarea și încheierea (figura 10.2)[63].



Figura 10.2. Profesorul Mark Knapp sugerează că relațiile care se încheie parcurg cinci etape distincte.

Etapa diferențierii. Partenerii din orice relație de cuplu seamănă între ei în unele moduri și sînt diferiți sub alte aspecte. În relațiile fericite, stabile, partenerii își consideră diferențele ca fiind complementare. Totuși, în **etapa diferențierii**, încep să-și perceapă diferențele drept nedezirabile și enervante.

➲ **etapa diferențierii** Etapa disoluției unei relații în care partenerii încep să-și considere diferențele ca fiind indezirabile sau enervante.

Etapa circumscrierii. Cînd partenerii intră în **etapa circumscrierii**, calitatea și volumul comunicării dintre ei începe să scadă. Procedînd astfel, scopul lor este să evite gestionarea conflictelor[64]. În etapa circumscrierii, partenerii încep să petreacă mai mult timp separați[65]. Cînd sînt împreună, de obicei nu discută despre probleme, dezacorduri sau probleme delicate din relația lor, ci se axează în schimb pe subiecte și aspecte necontroversate, cu privire la care sînt de acord.

➲ **etapa circumscrierii** Etapa disoluției unei relații caracterizată prin diminuarea calității și volumului comunicării dintre parteneri.

Etapa stagnării. În cazul în care circumscrierea progresează pînă în punctul în care partenerii abia mai vorbesc unul cu celălalt, relația intră în **etapa stagnării**, moment în care încetează să mai progreseze, iar partenerii au impresia că pur și simplu continuă „în virtutea inerției". Partenerii evită să comunice despre orice lucru important, deoarece se tem că nu vor face decît să ajungă la un conflict. Multe relații rămîn timp îndelungat în etapa stagnării.

➲ **etapa stagnării** Etapa disoluției relației în care relația încetează să mai progreseze, iar partenerii abia mai comunică între ei.

ETAPA EVITĂRII. Cînd partenerii decid că nu mai sînt dispuşi să trăiască într-o relaţie stagnantă, intră în **etapa evitării**, în timpul căreia creează o distanţă fizică şi emoţională între ei. Unii parteneri abordează în mod direct crearea distanţei, de exemplu, se mută din locuinţă sau afirmă „Nu mai pot sta lîngă tine acum". Alţii creează distanţa în mod indirect, de exemplu, inventînd scuze pentru separare („Toată săptămîna viitoare am întîlniri în oraş, aşa că nu te pot vedea") şi diminuează disponibilitatea pentru cealaltă persoană, verificînd cine îi sună pe telefon înainte să răspundă sau nerăspunzînd la SMS-uri.

etapa evitării Etapa disoluției relației în care partenerii creează o distanță fizică și emoțională între ei.

ETAPA ÎNCHEIERII. Ultima etapă din modelul disoluţiei unei relaţii propus de Knapp este **etapa încheierii**, moment în care relaţia este evaluată în mod oficial drept încheiată. În relaţiile nonmaritale, aceasta implică mutarea unuia sau a ambilor parteneri din locuinţă, dacă aceasta era comună. De asemenea, implică divizarea proprietăţilor, anunţarea prietenilor şi rudelor că relaţia s-a încheiat şi negocierea regulilor privind viitoarele contacte dintre parteneri. În cazul partenerilor căsătoriţi legal, terminarea relaţiei înseamnă obţinerea unui **divorţ**, finalizarea legală a căsătoriei. În Statele Unite, aproximativ 40% din totalul căsătoriilor se încheie printr-un divorţ[66].

Decizia de a pune capăt unei relaţii de cuplu este importantă. Ea necesită adesea o reorganizare amplă a familiei şi poate avea consecinţe mintale şi emoţionale deosebit de intense, îndeosebi în cazul copiilor. Conform studiilor, copiii pot fi afectaţi negativ de divorţ chiar şi o bună parte din perioada adultă[67]. Totuşi, nu se întîmplă mereu aşa. Cînd relaţia este puternic marcată de conflicte, neglijenţă sau abuzuri, de exemplu, copiilor şi părinţilor lor le este adesea mai bine după ce relaţia se încheie[68].

În secţiunea „Pe scurt" sînt rezumate cele cinci etape ale disoluţiei unei relaţii.

etapa încheierii Etapa disoluției relației în care aceasta este considerată încheiată în mod oficial.

divorț Finalizarea legală a unei căsătorii.

Subiect de discuție: Intrarea în etapa diferențierii nu înseamnă neapărat că o relație se încheie. Multe relații pe termen lung trec din cînd în cînd printr-o etapă de diferențiere.

Subiect de discuție: Cuplurile aflate în etapa stagnării spun adesea că mai degrabă coexistă decît se implică într-o relație autentică.

Subiect de discuție: Studenții care cred în statistica descitată conform căreia jumătate din totalul căsătoriilor din SUA se încheie printr-un divorț vor fi surprinși să afle că rata divorțului în SUA este de aproximativ 40%, nu 50%. Ideea că jumătate dintre căsătorii nu rezistă provine din datele statistice care compară numărul anual de căsătorii cu numărul divorțurilor. Totuși, această comparație generează un rezultat fals, deoarece nu aceiași oameni se căsătoresc și divorțează pe parcursul unui an. Doar aproximativ 40% dintre căsătoriile înregistrate în SUA se încheie prin divorț[viii].

[viii] Hurley, D. (19 aprilie 2005). Divorce rate: It's not as high as you think. *New York Times*, p. F7.

PE SCURT • ETAPELE DISOLUȚIEI UNEI RELAȚII, ÎN VIZIUNEA LUI KNAPP

Diferențierea • Diferențele față de partener sînt considerate neplăcute și enervante
Circumscrierea • Diminuarea calității și volumului comunicării cu partenerul
Stagnarea • Continuarea „în virtutea inerției" a unei relații care nu mai este satisfăcătoare
Evitarea • Crearea unei separări fizice și emoționale de partener
Încheiere • Finalizarea formală a relației

ÎNVĂȚAȚI Ce este infidelitatea relațională? Care sînt etapele evoluției unei relații? Prin ce diferă cuplurile validante, cuplurile volatile și cuplurile care evită conflictele? Care sînt etapele disoluției unei relații?

APLICAȚI Alegeți un cuplu care a fost împreună timp de cel puțin 10 ani și întrebați partenerii (împreună sau separat) cum s-au modificat tiparele lor comunicaționale în această perioadă. Întrebați-i ce sfaturi le-ar da altora cu privire la comunicarea cu succes într-o relație. Consemnați ceea ce aflați într-o însemnare de tip jurnal.

REFLECTAȚI În ce măsură vă așteptați ca relațiile dumneavoastră sentimentale să fie permanente, monogame sau bazate pe iubire? Intimitatea dumneavoastră a fost vreodată încălcată de un partener de cuplu? Dacă da, cum v-ați simțit? Dacă nu, cum vă imaginați că ați reacționa?

3. Comunicarea în familii

Importanța familiei în viața noastră nu poate fi supraestimată. Cei mai mulți dintre noi avem primele relații cu membrii familiei. Relațiile familiale ne pot oferi sentimentul de apartenență, sensul unei istorii proprii și o doză de iubire necondiționată și de sprijin pe care nu le mai putem găsi nicăieri altundeva. De asemenea, crescînd într-o familie, învățăm conceptul de relație și ne putem forma modele mintale privind implicarea în relații de prietenie și de cuplu în adolescență și în perioada adultă. Cu toate acestea, familiile pot fi și o sursă de mari frustrări și suferințe –, iar multe relații familiale cunosc atît pacea, cît și conflictele. Datorită profunzimii atașamentului nostru față de familie și faptul că ambele pot fi atît pozitive, cît și negative, relațiile familiale sînt unele dintre cele mai importante relații apropiate.

Cercetarea înprim-plan: Antropologul Helen Fisher a stabilit că, în întreaga lume, mai multe cupluri divorțează în cel de-al patrulea an de căsătorie decît în orice alt an.

Subiect de discuție: Cuplurile tinere au un risc mai mare de divorț, mai ales dacă și părinții lor au divorțat[ix].

[x]Amato, P.R. (2001). What children learn from divorce. *Population Today*, 29, 1, 4.

În această secțiune, vom analiza caracteristicile familiei și trăsăturile comune ale relațiilor familiale. De asemenea, vom evalua tipurile de structuri familiale și vom afla care sînt problemele comunicaționale comune în relațiile familiale.

Ce este familia?

Ce anume conferă specificul unei familii? Conform cercetătorilor, majoritatea relațiilor familiale prezintă cel puțin una dintre următoarele caracteristici: legături genetice, obligații legale și comportamente de rol.

Dacă vi s-ar cere să vă reprezentați familia printr-un desen, pe cine ați alege să includeți? Ați opta în mod evident pentru unii oameni, de exemplu, părinții, soțul/soția, frații și copiii. Dar bunicii? Nepoatele și nepoții? Cumnații și socrii? Dar frații vitregi? Poate că aveți prieteni apropiați și vecini pe care îi cunoașteți de multă vreme și pe care îi considerați membri ai familiei – i-ați include și pe ei?

Chiar și cercetătorilor le este greu să definească cu precizie specificul unei familii; totuși, mulți specialiști sînt de acord în privința faptului că majoritatea relațiilor familiale au una sau mai multe dintre următoarele trei caracteristici: legături genetice, obligații legale și comportamente de rol.

Subiect de discuție: Aproape toate genele unei persoane sînt comune cu cele ale tuturor celorlalți oameni. Doar aproximativ 1-2% variază de la o persoană la alta. Cînd ne referim la procentul de gene pe care le avem în comun cu o rudă, discutăm despre acest segment de 1-2%, nu despre proporția raportată la întregul material genetic.

LEGĂTURILE GENETICE. Mulți membri ai familiei sînt rude „de sînge", adică au în comun un anumit procent din materialul genetic. De exemplu, aveți în comun aproximativ 50% din gene cu mama biologică, cu tatăl biologic și cu fiecare frate biologic (sau 100% dacă sînteți geamăn identic sau triplet identic). Aveți în comun 25% dintre gene cu bunicii dumneavoastră, cu mătușile și unchii și cu orice frate/soră vitregă, iar cu verii aveți în comun aproximativ 12,5% din gene.

Deși multe relații familiale includ legături genetice, nu este cazul tuturor. Gîndiți-vă că avem în comun practic 0% din gene cu soțul/soția, cu rudele vitrege și cu rudele prin adopție,

iar în general îi considerăm parte din familie. În plus, deşi o conexiune genetică determină faptul că două persoane sînt rude biologice, nu înseamnă neapărat că acestea au o relaţie socială sau emoţională. De exemplu, persoanele care au fost adoptate în copilărie pot nici să nu îşi cunoască părinţii genetici şi îşi pot considera părinţii adoptivi drept familia lor. Site-urile de socializare precum Facebook şi MySpace îi ajută pe unii dintre copiii adoptaţi să-şi regăsească părinţii biologici, după cum am explicat în caseta „Conectaţi-vă". Totuşi, evident, legătura genetică nu este singurul element care defineşte relaţiile familiale. Familiile au în comun şi alte caracteristici.

Obligațiile legale. Un alt aspect al relaţiilor familiale ar fi existenţa obligaţiilor legale. De exemplu, părinţii au multe obligaţii legale faţă de copiii lor minori, iar neglijarea responsabilităţilor de a-şi adăposti, hrăni, educa şi îngriji copiii constituie o infracţiune[69]. În plus, căsătoriile constituie relaţia familială cu privire la care există cele mai multe reglementări juridice – în Statele Unite, peste o mie de legi federale diferite reglementează anumite aspecte ale căsătoriei[70].

De asemenea, legislaţia reglementează şi relaţiile de adopţie şi parteneriatele civile; chiar şi relaţiile dintre rudele vitrege cad sub incidenţa legilor ce reglementează căsătoriile în care există părinţi vitregi. Prin urmare, existenţa unei obligaţii legale constituie o altă caracteristică a multor relaţii familiale. Adesea, membrii familiei se simt responsabili unii pentru alţii, deşi legea nu prevede neapărat acest lucru, însă legile oficializează aceste responsabilităţi şi contribuie la asigurarea satisfacerii lor.

Conect@ți-vă

MAMA ȘI TATA GĂSIȚI PE FACEBOOK

Mulți dintre noi am folosit Facebook pentru a relua legătura cu rude care locuiesc la distanță și cu prieteni vechi. Pentru persoanele crescute de părinți adoptivi, site-urile de socializare constituie totodată un mijloc de identificare și reunire cu mama și tatăl biologic. De exemplu, în ianuarie 2010, Dana Lowrey – o asistentă medicală de 41 de ani din Roseville, California – a creat o pagină de Facebook prin care solicita ajutor pentru a-și găsi părinții biologici. Rezultatul? A luat legătura cu mama ei biologică în 24 de ore și cu tatăl ei biologic în 5 zile. Doi ani mai devreme, Lowrey folosise MySpace pentru a-l regăsi pe fiul ei pe care îl dăduse spre adopție.

Deși Internetul oferă posibilitatea identificării în acest mod atît a părinților, cît și a copiilor biologici, experții în adopție, precum Chuck Johnson de la National Council for Adoption (Consiliul Național pentru Adopție) îi îndeamnă pe oameni să acționeze cu prudență, observînd că:

- *Unii părinți biologici nu vor să fie contactați.* Johnson raportează că mulți părinți care își încredințează copiii spre adopție nu sînt pregătiți să fie „descoperiți" de copiii lor biologici și pot să nu fie niciodată pregătiți pentru acest lucru.
- *Copiii adoptați nu trebuie contactați pînă nu sînt maturi din punct de vedere emoțional.* Deși îi cunoștea numele după adopție, Lowrey s-a hotărît că nu-și va contacta fiul biologic decît după ce acesta va împlini 18 ani. Mulți părinți adoptivi doresc ca copiii lor să-și cunoască părinții naturali, dar numai după ce sînt pregătiți din punct de vedere emoțional și psihologic.
- *Un intermediar este util de multe ori.* În loc de a-i contacta direct pe părinții sau copiii biologici, ar fi mai bine să i se ceară unei terțe părți neutre să ia legătura cu aceștia. În acest mod, dacă persoana căutată nu vrea să fie contactată, îi poate explica acest lucru intermediarului.

Sursa: Luscombe, B. (16 august 2010). Finding Mom on Facebook. *Time*, pp. 45-46.

Comportamente de rol. Indiferent dacă o relaţie este conectată prin legături genetice sau legale, mulţi oameni cred că trăsătura cea mai importantă care o defineşte drept familială este faptul că persoanele implicate în ea se *comportă* ca o familie. Conform acestei idei, există anumite comportamente sau roluri pe care membrii familiei ar trebui să le adopte, conform

aşteptărilor. Printre acestea se pot număra locuirea împreună, grija unui faţă de altul, dragostea reciprocă şi faptul că sînt percepuţi drept o familie de cei din exterior. Prin urmare, oamenii care adoptă astfel de comportamente şi care se consideră o familie constituie o familie, conform acestei definiţii.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să scrie un paragraf despre ce înseamnă „a se purta ca o familie". Ce comportamente de rol asociază ei cu relaţiile familiale?

Cele trei dimensiuni fundamentale ale unei familii pe care le-am analizat – genetică, legală şi a comportamentelor de rol – nu se exclud reciproc, iar unele relaţii le includ pe toate, de exemplu, relaţiile parentale. Mai degrabă, ele constituie caracteristici care ne ajută adesea să definim o relaţie drept familială. Modul în care cercetătorii definesc familia este important, deoarece această definiţie determină, în parte, ce relaţii studiază cercetătorii specializaţi pe familii şi pe care nu le studiază. Este important şi felul în care definiţi *dumneavoastră* familia, deoarece vă poate influenţa deciziile cu privire la persoanele pe care le invitaţi la anumite evenimente semnificative din viaţa dumneavoastră, cu care veţi împărţi resurse şi cărora le veţi încredinţa secrete sau informaţii delicate.

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Familia americană medie rămîne o familie nucleară

În serialul de televiziune din anii '50 *Leave It to Beaver*, familia Cleaver semăna cu majoritatea familiilor americane din acea perioadă: un soţ şi o soţie căsătoriţi legal şi copiii lor biologici, locuind împreună în aceeaşi locuinţă. Timp de decenii, un astfel de aranjament a fost numit „familia americană medie", iar în anii '50 aproximativ două treimi dintre familiile din SUA corespundeau acestei descrieri. Familia Simpson, din serialul de desene animate cu acelaşi nume, se încadrează în aceeaşi configuraţie familială. Afirmaţia că familia americană medie din prezent are tot o formă nucleară este o realitate sau o ficţiune?

Răspunsul este că e o ficţiune. Conform Biroului de Recensămînt al SUA (Census Bureau), mai puţin de 50% dintre familiile din SUA au acum în centru un cuplu căsătorit. Această statistică nu înseamnă că mai puţini oameni se căsătoresc –, ci mai degrabă că peste jumătate din gospodăriile din SUA sînt conduse acum de adulţi singuri, de cupluri de sex opus care coabitează şi de cupluri de acelaşi sex care coabitează, într-o proporţie mai mare decît în orice altă perioadă din istoria SUA.

Aranjamentele familiale tipice variază şi în funcţie de regiuni. Conform Comisiei de Sondaje din cadrul Biroului de Recensămînt al SUA, cel mai mare procent de gospodării care au în centru un cuplu căsătorit se înregistrează în comitatul Utah din statul Utah, respectiv de 70%. Cel mai scăzut procent, de doar 26%, se înregistrează în Manhattan, New York.

Întrebaţi-vă

- Consideraţi că familia dumneavoastră este medie sau tipică? Din ce puncte de vedere?
- Cum credeţi că modificările structurii familiale influenţează modul în care comunică membrii familiei?

Sursa: Biroul de Recensămînt al SUA (2009). American community survey. Preluat de pe http://www.census.gov/acs/www

Tipuri de familii

➲ **familie de origine** Familia în care creşte o persoană (alcătuită adesea din părinţi şi fraţi).

➲ **familie de procreare** Familia iniţiată de o persoană ca adult (alcătuită adesea din partenerul conjugal şi copii).

Unul dintre motivele pentru care teoretizările privind familia pot fi dificile constă în diversitatea formelor sale. Vom începe să clarificăm acest lucru, distingînd ceea ce cercetătorii numesc familia de origine de familia de procreare. **Familia de origine** este familia în care creşte o persoană şi de obicei este alcătuită din părinţi sau părinţi vitregi şi fraţi. **Familia de procreare** este familia pe care o iniţiază

o persoană în calitate de adult şi este alcătuită din partenerul conjugal sau partenerul sentimental şi/sau orice copii crescuţi ca şi cum ar fi ai săi. Majoritatea adulţilor ar afirma că aparţin atît unei familii de origine, cît şi unei familii de procreare; alţii se pot identifica însă cu un singur tip de familie sau cu nici un tip.

Familiile de origine şi familiile de procreare se dezvoltă şi ele în multe moduri. Profilul cel mai tradiţional este constituit probabil de o femeie şi un bărbat căsătoriţi şi copiii lor biologici. Cercetătorii numesc adesea această configuraţie *familie nucleară*, ea reprezintă tipul tradiţional de familie din SUA. Familia nucleară este în continuare cel mai comun tip de familie? Pentru a afla, citiţi caseta „Realitate sau ficţiune?"[71] de mai sus.

Un tip de familie care devine tot mai frecvent este *familia mixtă*, alcătuită din doi parteneri adulţi (care pot fi căsătoriţi sau pot coabita, pot fi de acelaşi sex sau de sexe diferite) care cresc copii care nu sînt neapărat copiii biologici ai ambilor parteneri. Copiii pot fi adoptaţi sau pot fi copiii biologici ai unuia dintre parteneri şi copiii vitregi ai celuilalt partener.

Al treilea tip de familie este *familia monoparentală*, în care un singur adult creşte unu sau mai mulţi copii. Ca în cazul familiilor mixte, poate fi vorba despre copiii biologici ai părintelui sau pot fi copii adoptaţi sau vitregi. În SUA există peste 11 milioane de familii monoparentale, iar peste 10 milioane dintre acestea sînt conduse de o singură mamă[72]. Al patrulea tip de familie, *familia extinsă*, include rude precum bunicii, verii, mătuşile şi unchii şi alte persoane considerate membri ai familiei. Oamenii pot să interacţioneze sau nu în mod regulat cu familia lor extinsă, dar studiile arată că relaţiile din cadrul familiei extinse pot constitui o parte semnificativă a experienţei familiale[73].

În viaţa de zi cu zi: Legislaţia din majoritatea statelor SUA o favorizează încă mai mult pe mamă decît pe tată în disputele privind custodia copilului. Această realitate explică parţial de ce familiile monoparentale sînt conduse într-o proporţie copleşitor de mare de mame, nu de taţi.

Probleme de comunicare în familii

Ca în toate relaţiile semnificative, comunicarea joacă un rol important în stabilirea sau întreruperea relaţiilor familiale. Vom analiza patru probleme comunicaţionale cu care se confruntă de obicei familiile: rolurile, ritualurile, relatările şi secretele.

ROLURILE FAMILIALE. *Rolurile* familiale reprezintă funcţiile pe care le au oamenii în sistemul familial. O persoană poate fi cea care rezolvă problemele, alta poate fi clovnul familiei sau împăciuitorul. Un frate poate fi cel care intră în încurcături, iar altul poate avea rolul de a veghea asupra lui. Este important că rolurile familiale sînt diferite de *poziţiile* familiale, de exemplu, poziţia de tată sau de fiică, acestea bazîndu-se pe structura relaţiei noastre cu ceilalţi. Rolurile nu se bazează pe structurile relaţiilor, ci mai degrabă pe funcţiile sociale şi emoţionale pe care le are comportamentul unei persoane în cadrul familiei.

Adesea, rolurile familiale devin deosebit de relevante cînd în familie există un conflict. Virgina Satir, expertă în terapia familială, sugerează că patru roluri devin extrem de comune în timpul episoadelor conflictuale[74]. Primul rol este cel al *acuzatorului*, care dă vina pe alţii pentru orice merge prost, dar nu acceptă că are vreo responsabilitate în ceea ce priveşte propriile sale comportamente. Al doilea rol este cel al *pacificatorului*, împăciuitorul care face orice pentru a diminua conflictul. Această persoană poate fi de acord pur şi simplu cu orice spune oricine, pentru a nu-i face pe ceilalţi să se enerveze. Al treilea rol este cel al *raţionalului*, care încearcă să folosească logica şi raţiunea – mai degrabă decît

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să identifice, în scris, rolurile pe care cred că le joacă în familiile lor, precum şi rolurile jucate de ceilalţi membri ai familiei. Subliniaţi ideea că *rolurile* sînt diferite de *poziţii*.

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să îi întrebe pe părinţii şi/sau fraţii lor despre percepţiile ritualurilor familiei: ce ritualuri are familia şi ce funcţii îndeplinesc acestea. Studenţii pot primi răspunsuri variate cu privire la aceleaşi ritualuri, în funcţie de persoana pe care o întreabă.

emoțiile - pentru a detensiona situația. În cele din urmă, există *perturbatorul*, care face comentarii aleatorii, irelevante, pentru ca restul familiei să uite de conflict. Fiecare rol îi determină pe oameni să se comporte în moduri diferite. Unele comportamente de rol, precum raționalizarea și perturbarea, pot fi utile pentru a rezolva conflicte sau cel puțin pentru a preveni amplificarea lor. Pe de altă parte, comportamentul acuzatorilor și al perturbatorilor poate agrava conflictul, distrăgînd atenția de la obiectul acestuia.

Rolurile familiale pot evolua în timp. La începutul filmului *Garden State* (2004), Andrew Lagerman (interpretat de Zach Braff) evită conflictele pentru a menține pacea în familie. Totuși, pe măsură ce filmul progresează, el îi încurajează pe alții să-și exprime sentimentele, deși sînt negative. Cum au evoluat rolurile din familia dumneavoastră?

RITUALURI FAMILIALE. Multe familii au tradițiile lor importante. O tradiție de familie ar putea fi petrecerea Zilei Recunoștinței servind o cină cu preparate din curcan la un azil pentru veteranii fără adăpost. O altă tradiție ar fi mersul în fiecare vară la o cursă de mașini de tip „drag race". Numim astfel de tradiții **ritualuri** familiale sau activități repetitive care au o semnificație specială. Ritualurile îndeplinesc o varietate de funcții în interacțiunile familale, printre care se numără și consolidarea valorilor familiale și întreținerea sentimentului de apartenență. Un ritual familial precum o călătorie anuală cu mașina nu se rezumă doar la călătoria în sine, ci înseamnă și a petrece timp împreună, crearea unor amintiri și sublinierea importanței relațiilor familiale.

ritualuri Comportamente repetitive care au o semnificație specială pentru un grup sau o relație.

Conform specialiștilor în comunicare Dawn Braithwaite, Leslie Baxter și Anneliese Harper, ritualurile pot fi deosebit de importante în familiile mixte alcătuite din părinți vitregi și copii vitregi. Conform studiilor lor, oamenii „importă" adesea ritualuri din familia originară în familia mixtă[75]. Uneori, familia mixtă reține sau adaptează aceste ritualuri, alteori nu. De exemplu, Braithwaite și colegii săi descriu o familie în care mama văduvă și copiii organizează în mod regulat un „picnic" cu pizza în living. Copiii se așază confortabil pe canapea, împreună cu mama, mănîncă pizza și stau de vorbă, toți consideră că este un moment special. Totuși, cînd mama s-a recăsătorit și a avut și copii vitregi, ritualul a luat sfîrșit, probabil din cauză că ar fi fost inconfortabil pentru copiii vitregi să participe și ei.

Un ritual familial precum o călătorie cu mașina nu înseamnă doar călătoria în sine, ci și a petrece timp împreună, a crea amintiri și a consolida legăturile familiale.

Braithwaite și colegii săi au descoperit totodată că este important ca familiile mixte să-și elaboreze ritualuri proprii. Într-o astfel de familie, un tînăr descrie cum noul său tată a inițiat ritualul de a urmări campionatul de fotbal american împreună cu el și cu fratele lui. Conform acestui tînăr, ritualul avea funcția de a promova comunicarea cu tatăl vitreg. „Ne-a oferit ceva în comun și puteam vorbi despre sport. Ne-a facilitat o legătură. Ambii înțelegeam bine, așa că în cele din urmă am putut discuta mai liber despre alte lucruri... Aproape am început să-l consider tatăl meu."[76]

RELATĂRILE FAMILIALE. Mulți dintre noi ne putem gîndi la anumite relatări pe care le-am auzit iar și iar de la membrii familiei. Poate că bunicilor dumneavoastră le plăcea să descrie cum au învins dificultățile, după ce s-au căsătorit, iar părinții dumneavoastră au o relatare preferată despre poznele pe care le făceați în copilărie. Chiar și un eveniment stresant sau neplăcut în momentul cînd s-a întîmplat, de exemplu, o pană de cauciuc în timpul unei vacanțe, poate avea funcția de a oferi asigurări sau avertismente cînd devine parte integrantă a familiei. Relatările sînt comune în familii, iar specialista în comunicare Elizabeth Stone sugerează că rolul lor este mai amplu decît cel de a distra. În opinia ei, relatările familiale îi conferă familiei un

Subiect de discuție: Un nou membru al familiei, de exemplu, soțul/soția sau socrii, este introdus adesea în familie prin aflarea relatărilor familiale.

simţ ai istoriei, exprimă ceea ce aşteaptă membrii familiei unii de la alţii şi consolidează conexiunile dintre generaţii diferite[77].

Relatările familiale tind să aibă în comun cel puţin două caracteristici. În primul rînd, sînt spuse şi repetate adesea de-a lungul unor perioade mari de timp. În acest mod, devin parte integrantă a cunoaşterii colective. După un timp, aproape toţi membrii familiei au auzit fiecare relatare de mai multe ori. În al doilea rînd, relatările familiale comunică un mesaj fundamental cu privire la familie, de exemplu „Sîntem mîndri", „Am învins obstacolele" sau „Sîntem uniţi în orice situaţie".

SECRETELE FAMILIALE. Multe familii au secrete pe care le ascund intenţionat. Adesea, aceste secrete conţin informaţii pe care familiile le consideră private şi a căror împărtăşire cu străinii ar fi inadecvată, ca, de exemplu, detalii privind practicile religioase, chestiuni legate de sănătate sau aspecte juridice, conflicte familiale sau informaţii financiare. Totuşi, păstrarea secretelor familiale nu doar protejează informaţiile familiei, ci totodată consolidează identitatea şi exclusivitatea familiei, deoarece numai membrilor familiei li se permite să cunoască secretele[78].

Secretele mai pot fi menţinute şi *în interiorul* familiilor. De exemplu, e posibil ca Marco să nu vrea ca părinţii lui să ştie că s-a mutat împreună cu prietena lui, aşa că o pune pe sora lui să jure că va păstra secretul. Poate că Erin şi Tammy nu vor să afle copiii lor mai mici că Tammy are cancer la sîn, aşa că sînt de acord să păstreze secretul. Unii oameni aleg să păstreze secrete faţă de alţi membri ai familiei din multe motive, de exemplu, evitarea stînjenelii sau a conflictului, protejarea sentimentelor unei alte persoane sau menţinerea impresiei de autonomie şi intimitate.

În viaţa de zi cu zi: Cîţi dintre studenţii dumneavoastră ar afirma că păstrează cel puţin un secret faţă de părinţii, fraţii sau copiii lor?

Rolurile, ritualurile, relatările şi secretele sînt modalităţi prin care membrii familiei îşi stabilesc şi îşi consolidează relaţiile interpersonale. În continuare, vom analiza modul în care tonalitatea emoţională a relaţiilor noastre interpersonale – familiale şi de alt tip – modelează aceste relaţii şi sentimentele noastre cu privire la ele.

ÎNVĂŢAŢI Ce loc ocupă conexiunile genetice, obligaţiile legale şi comportamentele de rol în definiţia familiei? Care este diferenţa dintre familia de origine şi familia de procreare? Care sînt rolurile familiale şi cum pot influenţa ele comunicarea dintre familii?

APLICAŢI Amintiţi-vă un ritual familial din copilărie sau adolescenţă. Ce anume reflecta ritualul respectiv despre regulile, valorile şi convingerile familiei dumneavoastră? Cum a amplificat soliditatea relaţiilor familiale? Notaţi-vă gîndurile sub forma unei consemnări de tip jurnal.

REFLECTAŢI Dacă ar trebui să găsiţi o definiţie a termenului *familie*, care ar fi aceasta? Ce relatări familiale vă amintiţi că aţi auzit în copilărie?

4. Crearea unui climat de comunicare pozitivă

Aţi observat poate că fiecare dintre relaţiile dumneavoastră apropiate are o „personalitate" proprie. Puteţi apela la diferiţi membri ai familiei, în funcţie de necesitatea pe care o aveţi: sprijin social, discernămînt sau relaxare. Vă puteţi simţi confortabil tachinîndu-vă reciproc cu partenerul sau vă simţiţi jignit de tachinările acestuia. Cercetătorii denumesc tonalitatea emoţională a unei relaţii **climat comunicaţional**.

➲ **climat comunicaţional** Tonul emoţional al unei relaţii.

Climatul comunicaţional reflectă ceea ce simţiţi faţă de relaţia în care sînteţi implicat. Conform studiilor, un climat comunicaţional pozitiv este benefic pentru o diversitatea amplă

Exerciţiu de redactare: Pentru a genera o discuţie, rugaţi-i pe studenţi să scrie un paragraf sau două în care să descrie tonalitatea emoţională a uneia dintre relaţiile lor importante şi să identifice factorii care o influenţează cel mai mult.

de relaţii, printre care cele din cadrul căsătoriilor[79], familiilor[80], prieteniilor[81], cele de la locul de muncă[82] şi din mediile educaţionale[83]. Climatul comunicaţional este important şi pentru calitatea interacţiunilor mediate de calculator, de exemplu, cele pe care le aveţi cu prietenii online sau cu colegii de serviciu virtual[84]. Cum puteţi contribui la un climat comunicaţional pozitiv în relaţiile dumneavoastră ? În această secţiune vom analiza trei aptitudini importante.

Folosirea mesajelor de confirmare şi minimalizarea mesajelor de infirmare

O modalitate de a contribui la climatele comunicaţionale pozitive este folosirea **mesajelor de confirmare**, comportamente care le comunică altor oameni valoarea proprie. Specialiştii în comunicare au identificat trei tipuri de mesaje de confirmare, descrise aici în ordine, de la cel cu valenţa de confirmare cea mai mică la cel cu valenţa cea mai mare:

➲ mesaje de confirmare Comportamente care arată cît de mult valorizăm o altă persoană.

- *Recunoaşterea* : Cel mai elementar act de confirmare constă în a recunoaşte faptul că o altă persoană există şi că merită atenţia dumneavoastră. A răspunde la un SMS primit de la un frate, a suna pentru a întreba un prieten ce a făcut în ziua respectivă şi contactul vizual cu o persoană pe care tocmai aţi cunoscut-o la curs – toate acestea sînt modalităţi de comunicare a mesajului „Recunosc că tu contezi". În schimb, dacă faceţi tot posibilul pentru a evita un vecin vorbăreţ şi nu răspundeţi la un e-mail de la o rudă pe care o consideraţi enervantă, acestea sînt acte de infirmare.

  Deşi recunoaşterea este comportamentul de confirmare cel mai elementar, poate avea efecte profunde. Un exemplu impresionant este biletul de adio al unui bărbat care avea în jur de 30 de ani şi care, înainte de a se urca pe podul Golden Gate din San Francisco pentru a se sinucide, a lăsat scris „Voi merge pe jos pînă la pod. Dacă o singură persoană îmi va zîmbi pe drum, nu voi sări"[85]. Recunoaşterea este esenţială pentru oameni, deoarece nevoia noastră de apartenenţă este foarte mare.

A-i asculta atent pe alţii – deşi nu sînteţi de acord cu ceea ce spun – transmite un mesaj de confirmare.

În viaţa de zi cu zi: Reflectînd ideea de „climate" comunicaţionale, oamenii descriu adesea relaţiile folosind un limbaj specific acestui domeniu: o relaţie caldă, o primire rece din partea unui prieten şi aşa mai departe.

Cercetarea în prim-plan: Expertul în sinucidere Thomas Joiner susţine că nerecunoaşterea repetată a valorii proprii de ceilalţi este una dintre cele trei condiţii necesare şi suficiente pentru sinucidere (celelalte sînt absenţa sentimentului de apartenenţă şi absenţa temerilor legate de a-şi face rău sieşi).

- *Confirmarea* : Un tip de confirmare mai pozitivă constă în recunoaşterea sentimentelor şi gîndurilor altei persoane. Efectuaţi acte de confirmare atunci cînd solicitaţi opinia cuiva, ideile sale sau cînd puneţi întrebări privind sentimentele unei persoane. La fel de important ca şi *solicitarea* informaţiilor respective este şi *ascultarea atentă* a ceea ce spune persoana respectivă. Folosirea comportamentelor de ascultare activă – de exemplu, parafrazarea şi adresarea unor întrebări ce confirmă atenţia – transmite mesajul că sînteţi foarte atent la spusele acesteia. Studiile arată că oamenii recepteazā o confirmare sporită atunci cînd percep că alţii le ascultă ideile – chiar dacă nu sînt de acord cu ei – decît cînd percep că persoanele din jur nu îi ascultă atent[86].
- *Susţinerea*: Mulţi dintre oamenii cu care comunicaţi apreciază faptul că-i ascultaţi, deşi în cele din urmă nu sînteţi de acord cu ideile lor. Totuşi, cea mai pozitivă formă de confirmare este a oferi *susţinere*, care semnalează faptul că sînteţi de acord cu spusele celeilalte persoane. Uneori puteţi susţine pe deplin mesajul altcuiva, de exemplu, atunci

cînd vă exprimaţi acordul complet cu o opinie. Alteori puteţi oferi o confirmare parţială, de exemplu, cînd îi spuneţi unui prieten că sînteţi de acord cu sentimentele sale, dar nu neapărat şi cu acţiunile lui. Conform studiilor, persoanele implicate în relaţii personale pozitive, stabile, caută şi profită de şansele de a-şi acorda reciproc susţinere[87].

Dacă unele afirmaţii se califică drept mesaje de confirmare, altele constituie **mesaje de infirmare**, comportamente care implică o lipsă de consideraţie faţă de alte persoane. Adesea lăsăm să ne scape mesaje de infirmare cînd sîntem bolnavi, obosiţi sau morocănoşi. Totuşi, studiile arată că minimalizarea numărului de mesaje de infirmare pe care le folosim în relaţiile personale este importantă pentru satisfacţia şi stabilitatea relaţiilor respective[88].

mesaje de infirmare Comportamente care implică desconsiderarea altei persoane.

Specialiştii în comunicare diferenţiază cîteva tipuri de mesaje de infirmare, descrise aici de la cel cu valenţa maximă de infirmare la cel cu valenţa minimă:

- *Reacţia de indiferenţă*: După cum am observat, actul fundamental de confirmare este a-i recunoaşte pe alţii. În schimb, îi infirmăm pe alţii cînd avem o reacţie de indiferenţă, care înseamnă că ignorăm complet persoanele respective. Chiar şi contrazicerea vehementă a opiniei altcuiva implică faptul că recunoaşteţi existenţa persoanei care emite opinia respectivă. Totuşi, adoptarea unei reacţii de indiferenţă comunică mesajul „nu-mi pasă de tine suficient de mult încît să-ţi admit existenţa", care îi poate determina pe oameni să se simtă neglijaţi şi neimportanţi[89].
- *Abuzul verbal*: Abuzul verbal constituie o formă făţişă de mesaj de infirmare care implică folosirea cuvintelor pentru a-i răni emoţional şi psihologic pe alţii. Apelativele derogatorii, insultele sau jignirile, remarcile sarcastice cu privire la înfăţişarea sau inteligenţa cuiva şi ameninţarea cu rănirea fizică sînt exemple de abuzuri verbale. Abuzul verbal cauzează multe probleme semnificative în relaţiile apropiate, mai ales cînd receptorii sînt copii[90].
- *Nemulţumirile generalizate*: Într-o situaţie conflictuală, exprimarea nemulţumirilor specifice contribuie adesea la concentrarea conversaţiei asupra anumitor probleme. În schimb, nemulţumirile generalizate – care pur şi simplu infirmă valoarea sau caracterul celeilalte persoane – sînt dăunătoare şi îl infirmă pe celălalt. Mesaje precum „De ce nu semeni mai mult cu fratele tău?" şi „Niciodată nu te gîndeşti la nimeni altcineva decît la tine" nu fac de obicei decît să-l determine pe receptor să simtă că nu este apreciat.
- *Răspunsul irelevant*: Un răspuns irelevant presupune a răspunde la mesajul cuiva printr-o afirmaţie lipsită de orice legătură. Să presupunem că soţul/soţia dumneavoastră spune: „Trebuie neapărat să facem un program cu antrenamentele la fotbal de săptămîna viitoare ale copiilor", iar dumneavoastră răspundeţi: „Să nu uiţi că sîmbătă este ziua mamei". Răspunsul acesta nu numai că nu are legătură cu subiectul, ci transmite totodată mesajul că nu vă pasă suficient de soţ/soţie, încît să fiţi atenţi la spusele sale.
- *Răspunsul impersonal*: Daţi un răspuns impersonal cînd reacţionaţi la cuvintele cuiva printr-un clişeu care nu comunică o empatie reală. După ce sora dumneavoastră vă mărturiseşte că în ultima vreme se confruntă cu o depresie, de exemplu, ridicaţi din umeri şi spuneţi: „Ei bine, viaţa e grea. Trăim vremuri dificile". Dacă un răspuns irelevant arată că nu sînteţi atenţi la mesajul transmis de celălalt, un răspuns impersonal dezvăluie că mesajul respectiv vă este indiferent.

Exprimarea nemulţumirilor poate fi utilă, dacă acestea sînt specifice şi relevante. Nemulţumirile generalizate comunică însă un mesaj de infirmare.

Folosirea mesajelor de confirmare în relaţii constituie o modalitate eficientă de instaurare a climatelor de comunicare pozitive. Totuşi, pentru a realiza acest lucru, trebuie să fiţi capabili să diferenţiaţi afirmaţiile de confirmare de cele de infirmare. Citiţi caseta „Evaluaţi-vă aptitudinile" pentru a vedea cît de bine puteţi face acum această distincţie.

Evitaţi să-i faceţi pe cei din jur să intre în defensivă

În urmă cu cîţiva ani, specialistul în comunicare Jack Gibb a stabilit că sub aspectul climatelor comunicaţionale există o alternanţă între atitudinea defensivă şi atitudinea încrezătoare[91]. **Atitudinea defensivă** este un sentiment de preocupare excesivă privind protejarea sinelui de ameninţarea criticii sau a atacurilor la adresa eului propriu. De exemplu, oamenii au adesea o atitudine defensivă cînd alţii glumesc pe seama unui aspect din perspectiva căruia se simt vulnerabili, de exemplu, greutatea, venitul sau atractivitatea fizică. În schimb, **atitudinea încrezătoare** este sentimentul de încredere legat de faptul că oamenii din jur ţin la persoana respectivă şi o vor proteja. Oamenii se simt sprijiniţi cînd alţii îi încurajează şi îşi exprimă preocuparea faţă de binele lor.

atitudinedefensivă Preocupare excesivă de a se apăra de ameninţarea criticilor.

atitudine încrezătoare Sentimentul unei persoane că oamenii din jur ţin la ea şi o vor proteja.

EVALUAŢI-VĂ APTITUDINILE

C t de bine puteţi identifica un mesaj de confirmare?

Puteţi diferenţia mesajele de confirmare şi de infirmare? Să presupunem că mama dumneavoastră vă trimite un e-mail şi vă spune că o îngrijorează un nodul pe care şi l-a descoperit recent sub braţ. Pe linia de lîngă fiecare replică de mai jos, scrieţi un C, dacă vi se pare că este o afirmaţie de confirmare, şi un I, dacă credeţi că e o afirmaţie de infirmare.

		C sau I?
1.	„Dacă nu ai mai fuma cîte un pachet pe zi, poate că ai fi mai sănătoasă."	________
2.	„Ce crezi că ar putea fi?"	________
3.	„Mă îndoiesc că e o tumoră, dar sînt de acord că ar trebui să mergi la medic."	________
4.	„Cineva de la firma mea a fost dat afară astăzi."	________
5.	„Mereu te crezi bolnavă. Nu mai încerca să atragi atenţia."	________
6.	„Deci este chiar sub braţul stîng?"	________
7.	„Am deja destule griji şi fără asta."	________
8.	„Tu ştii cel mai bine dacă ceva nu e în regulă cu corpul tău."	________

Afirmaţiile 2, 3, 6 şi 8 sînt mesaje de confirmare. Celelalte afirmaţii sînt mesaje de infirmare. Mai precis, afirmaţiile 1 şi 7 sînt nemulţumiri generalizate, afirmaţia 4 este un răspuns nerelevant, iar afirmaţia 5 este un abuz verbal.

În relaţiile personale, atitudinea defensivă este un indiciu al climatului comunicaţional negativ. După cum vom vedea în capitolul 11, de fapt, reacţiile defensive faţă de conflict sînt cele mai intense semnale ale faptului că o căsătorie se îndreaptă spre divorţ[92]. Prin urmare, o strategie de consolidare a climatelor comunicaţionale pozitive constă în evitarea inducerii sentimentelor defensive ale celor din jur.

Conform lui Gibb, comunicarea joacă un rol esenţial atît în modelarea climatelor comunicaţionale defensive, cît şi a celor bazate pe încredere. Cînd folosiţi mesaje defensive în relaţiile dumneavoastră personale, creaţi o distanţă emoţională şi psihologică între dumneavoastră şi ceilalţi, sporind şansele ca şi ceilalţi să reacţioneze defensiv. În schimb, mesajele de sprijin se axează pe conţinutul conversaţiei, fără a-i face pe ceilalţi să se simtă atacaţi.

Gibb a identificat şase tipuri de mesaje care promovează atitudinea defensivă în comunicarea interpersonală şi şase tipuri de mesaje contrastante care promovează atitudinea de susţinere. Pentru fiecare pereche de mai jos, vom analiza mai întîi tipul de mesaj defensiv şi apoi tipul de mesaj de susţinere care ar trebui folosit în schimb.

Evaluare versus *descriere*: Mesajele de evaluare exprimă o opinie cu privire la valoarea sau meritele comportamentului altei persoane. Mesajele descriptive oferă detalii despre comportamentul persoanei, fără a face evaluări.

Evaluare: „Acesta este cel mai prost articol pe care l-ai scris vreodată".
Descriere: „În acest articol s-ar putea face nişte îmbunătăţiri".

Orientare spre control versus *orientare spre probleme*: Mesajele orientate spre control îi manipulează pe cei din jur să acţioneze într-un singur mod. Mesajele orientate spre probleme încurajează colaborarea şi gîndirea creativă.

Orientare spre control: „Nu te poţi uita la televizor acum; este emisiunea pe care o urmăresc eu".
Orientare spre problemă: „Să stabilim o modalitate prin care putem urmări amîndoi ceea ce dorim".

Strategie versus *spontaneitate*: Mesajele strategice ascund unele informaţii, încercînd să-l controleze pe ascultător. Mesajele spontane exprimă gînduri şi dorinţe în mod deschis şi onest, fără intenţii ascunse.

Mesaj strategic: „Eşti ocupat în weekendul viitor?".
Mesaj spontan: „Plănuiesc o excursie sîmbăta viitoare; vrei să vii?".

Subiect de discuţie: Uneori, oamenii folosesc un limbaj strategic, de exemplu: „Eşti ocupat weekendul viitor?" – pentru a evita să-i pună pe ceilalţi într-o situaţie dificilă. Totuşi, în pofida intenţiei subiacente, o astfel de afirmaţie strategică poate genera o atitudine defensivă, deoarece ascunde unele informaţii.

Neutralitate versus *empatie*: Afirmaţiile neutre implică absenţa preocupării pentru binele celorlalţi. Afirmaţiile empatice comunică grija faţă de ceea ce simt şi trăiesc ceilalţi.

Mesaj neutru: „Nu toate merg aşa cum vrei; asta e viaţa".
Mesaj empatic: „Îmi pare rău că planurile tale nu s-au realizat; probabil eşti dezamăgit".

Superioritate versus *egalitate*: Mesajele de superioritate încurajează diviziunea şi o mentalitate de tip „noi *versus* ei". Mesajele de egalitate subliniază includerea şi minimalizează diferenţele de statut dintre oameni.

Mesaj de superioritate: „Nu ştii ce faci".
Mesaj de egalitate: „E o abordare interesantă; nu m-am gîndit niciodată la situaţie în felul acesta".

Certitudine versus *provizorat*: Mesajele de certitudine oferă concluzii rigide, care nu lasă loc dezbaterii. Mesajele de provizorat oferă idei într-un mod flexibil, în speranţa generării unui dialog.

Certitudine: „Greşeşti".
Provizorat: „Ce te face să crezi asta? Oare este posibil ca sursa ta de informaţii să se fi înşelat?".

Modelul lui Gibb sugerează că folosirea unei versiuni axate pe susţinere, în cazul fiecărui de mesaj, va contribui la diminuarea sau prevenirea atitudinii defensive a celorlalţi – tribuind astfel la un climat de comunicare pozitiv.

'nizarea feedbackului eficient

:eia modalitate de a contribui la un climat pozitiv de comunicare în relaţiile dumneavoastră ɔpiate constă în a oferi un feedback eficient pe parcursul conversaţiilor. Vă amintiţi că lbackul include comportamente verbale şi nonverbale prin care arătaţi că acordaţi atenţie ıajului transmis de o persoană. Feedbackul este eficient numai cînd este în acord cu ceea loreşte sau are nevoie vorbitorul. Prin urmare, pentru a oferi un feedback eficient, trebuie :valuaţi situaţia şi să stabiliţi ce tip de replică este necesar, fie evaluativ, fie nonevaluativ.

FEEDBACKUL NEEVALUATIV. Cînd rudele şi prietenii apropiaţi vă descriu problemele lor, puteţi ı tendinţa de a răspunde prezentîndu-le evaluarea situaţiei în opinia dumneavoastră şi

sugestiile pe care le aveţi pentru a o rezolva. Oamenii solicită adesea sfaturi celor dragi -, dar în mod frecvent vor în schimb doar să fie ascultaţi şi înţeleşi. În astfel de situaţii, trebuie să oferiţi **feedback nonevaluativ**. un răspuns care se abţine de la a evalua ceea ce a spus sau a făcut vorbitorul. Prin feedback puteţi obţine informaţii cu privire la o situaţie şi îi puteţi ajuta pe alţii să-şi gestioneze sentimentele.

➲ **feedback nonevaluativ** Răspuns care nu exprimă o evaluare a ceea ce a spus sau a făcut vorbitorul.

De exemplu, să presupunem că sora dumneavoastră Sara v-a împărtăşit frustrările ei cu privire la faptul că nu poate concepe un copil împreună cu soţul ei Kris. Trei tehnici ale feedbackului nonevaluativ pe care le puteţi folosi sînt sondarea, parafrazarea şi oferirea sprijinului.

- *Sondaţi*: Sondarea înseamnă a pune întrebări prin care veţi obţine mai multe informaţii cu privire la ceea ce simte o persoană. În cazul Sarei, puteţi întreba dacă a analizat opţiunea tratamentelor de fertilitate sau dacă a luat în calcul posibilitatea adopţiei. De asemenea, puteţi întreba cum fac faţă ea şi Kris situaţiei, din perspectivă emoţională. În timpul sondării, este util să adresaţi întrebări specifice, mai degrabă decît generale. De asemenea, este util să fiţi atent nu numai la ceea ce spune persoana respectivă, ci şi la indicii nonverbali, de exemplu, expresiile nonverbale şi tonalitatea vocii.

  Exemplu: „Ce v-au spus medicii despre opţiunea fertilizării in vitro?".

- *Parafrazaţi*: Parafrazarea – repetarea spuselor unei persoane, cu cuvintele dumneavoastră - constituie o modalitate eficientă de feedback nonevaluativ din două motive. În primul rînd, asigură persoana respectivă că îi acordaţi atenţie şi că urmăriţi conversaţia. În al doilea rînd, îi oferă celeilalte persoane şansa de a corecta orice neînţelegeri aţi avea cu privire la ceea ce a spus.

  Exemplu: „Se pare că sînteţi într-adevăr interesaţi de fertilizarea în vitro, dar Kris este îngrijorat cu privire la eficienţa ei".

Cînd oamenii descriu probleme, nu solicită întotdeauna sugestii. Adesea, vor doar să fie ascultaţi. Răspunsurile nonevaluative vă permit să vă implicaţi în conversaţie fără să faceţi evaluări.

- *Oferiţi sprijin*: A oferi sprijin include a vă comunica impresiile privind situaţia şi a confirma validitatea problemei. Chiar dacă nu sînteţi de acord cu perspectiva Sarei sau credeţi că aţi gestiona altfel situaţia ei, puteţi spune acest lucru fără să-i daţi de înţeles că sentimentele ei sînt greşite sau că nu le recunoaşteţi. Transmiteţi-i mesajul că îi respectaţi deciziile, deşi ale dumneavoastră pot fi diferite.

  Exemplu: „Înţeleg cu siguranţă cît de dificil este pentru tine şi pentru Kris. Nu-mi dau seama ce aş face în situaţia ta – dar ai sprijinul meu, orice vei decide să faci".

Sondarea, parafrazarea şi oferirea sprijinului sînt modalităţi de a comunica interesul faţă de ceea ce a spus Sara, fără a exprima felul în care evaluaţi sau judecaţi situaţia. Subliniez, cînd oamenii le comunică altora problemele sau îngrijorările lor, adesea nu doresc să obţină decît un feedback nonevaluativ. Prin urmare, dacă cineva nu vă solicită în mod clar opinia cu privire la soluţionarea unei probleme sau a unei temeri, puteţi crea un climat comunicaţional pozitiv pur şi simplu dacă oferiţi un feedback nonevaluativ.

FEEDABACKUL EVALUATIV. În unele situaţii, desigur, alţii vor opinia dumneavoastră sau au nevoie de ea. În circumstanţele respective, puteţi folosi **feedbackul evaluativ**, un răspuns care vă oferă evaluarea a ceea ce a spus sau a făcut vorbitorul. Feedbackul evaluativ este util deoarece consolidează comportamentele dezirabile şi modifică sau inhibă comportamentele nedezirabile.

➲ **feedback evaluativ** Răspuns care oferă o evaluarea ceea ce a spus sau a făcut vorbitorul.

Să presupunem că nepotul dumneavoastră Luke vă cere să-i citiţi referatul semestrial pentru cursul de literatură de la liceu. Feedbackul evaluativ eficient poate implica unul sau ambii paşi următori: exprimarea laudelor sau a criticilor constructive.

- *Exprimați laude*: Nu uitați că evaluarea nu presupune doar identificarea deficiențelor, ci și observarea elementelor pozitive. Prin urmare, începeți prin a lăuda ceea ce Luke a făcut bine. Adesea, lauda este mai eficientă cînd se referă la aspecte particulare; prin urmare, descrieți cu exactitate unde a procedat bine și de ce sînt importante aspectele respective. Chiar dacă găsiți un singur aspect pe care să-l lăudați în referatul respectiv, dacă veți proceda astfel îl veți determina pe Luke să aibă o atitudine mai deschisă față de sugestiile dumneavoastră.

Subiect de discuție: Feedbackul evaluativ nu *trebuie* să includă critici. Dacă o evaluare este complet pozitivă, ar trebui să includă numai laude.

Exemplu: „Îmi place mult introducerea ta. Ai reușit să captezi cu succes atenția oamenilor și să anticipezi ce urmează să prezinți. Te-ai descurcat foarte bine!".

AVEȚI APTITUDINI?

EXPRIMAREA FEEDBACKULUI EVALUATIV

Oferiți laudele și criticile constructive într-un mod eficient.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercați!
Învățați să oferiți feedback evaluativ eficient.	Pentru a comunica laude și critici eficiente, cînd vi se solicită acest lucru – de exemplu, cînd sora dumneavoastră vă cere să-i oferiți feedback cu privire la noua ei pagină web.	1. În primul rînd, asigurați-vă că persoana respectivă vrea cu adevărat feedbackul dumneavoastră. Unii oameni nu apreciază evaluările nesolicitate. 2. Apoi, stabiliți dacă evaluarea dumneavoastră este complet pozitivă sau dacă va include sugestii privind schimbările. De exemplu, credeți că unele aspecte ale paginii web a surorii dumneavoastră ar putea fi îmbunătățite? Nu uitați că nu prea are rost să criticați elemente pe care nu le poate modifica. 3. Evidențiați ce anume vă place cu privire la pagina web – iar apoi, dacă este necesar, comunicați-i sugestii despre aspectele pe care le poate îmbunătăți.	1. Împreună cu un coleg, găsiți un element pe care îl aveți în comun – de exemplu, paginile de Facebook – despre care vă puteți oferi feedback evaluativ unul altuia. 2. Dedicați un scurt interval elaborării evaluărilor, apoi exersați prezentarea feedbackului, pe rînd. După ce fiecare dintre dumneavoastră primește feedback, spuneți-i partenerului dumneavoastră ce anume vi s-a părut eficient în maniera sa de prezentare a feedbackului.

ANALIZAȚI: ***De ce este avantajos să fiți capabil să criticați în mod constructiv?***

- *Criticați constructiv*: Dacă evaluarea dumneavoastră este complet pozitivă, atunci trebuie să exprimați doar laude. Totuși, dacă aveți de comunicat evaluări negative, este important să criticați în mod constructiv. A critica în mod constructiv nu înseamnă a evidenția *ce este greșit*, ci a arăta *ce poate fi îmbunătățit* și a oferi idei pentru ameliorări. Înainte de a exprima critici constructive, asigurați-vă că persoana respectivă vrea să-i oferiți feedback. Criticile nesolicitate sînt rareori binevenite, dar, în cazul referatului semestrial, știți că Luke v-a solicitat opinia. Concentrați-vă comentariile doar asupra comportamentului pe care ați fost solicitat să-l evaluați și oferiți-le sub forma unor sugestii de îmbunătățiri.

Exemplu: „Hai să facem conținutul la fel de bun ca introducerea. Dacă prezinți întîi al treilea punct de vedere principal, cred că argumentele tale vor fi mai coerente".

Observați că vă axați îndeosebi pe meritele lucrării nepotului dumneavoastră, și cînd vă exprimați laudele, și cînd îi aduceți critici constructive. Laudele îl ajută pe Luke să aprecieze

ceea ce a făcut deja bine, stabilind un reper al comparaţiilor care este util atunci cînd încearcă să îmbunătăţească alte părţi ale lucrării. Criticile constructive identifică anumite părţi care ar putea fi îmbunătăţite dacă investeşte în ele mai multă atenţie şi efort. Axîndu-se pe ceea ce poate îmbunătăţi – nu pe ceea ce a greşit – îi transmiteţi mesajul implicit că este posibil să-şi îmbunătăţească lucrarea. Acest mesaj este esenţial, deoarece niciodată nu este constructiv să criticaţi ceva ce o persoană nu poate modifica. Citiţi caseta „Aveţi aptitudini?" de mai sus pentru a exersa feedbackul evaluativ.

Toate relaţiile pot beneficia de pe urma eforturilor de îmbunătăţire a climatelor comunicaţionale. Totuşi, astfel de eforturi sînt utile îndeosebi în relaţiile de cuplu şi familiale, deoarece aceste relaţii ne influenţează într-un mod atît de direct fericirea şi starea de bine. Prin urmare, în relaţiile dumneavoastră, exersaţi comportamentele comunicaţionale care exprimă mesaje de confirmare, evitaţi să-i faceţi pe ceilalţi să se simtă stînjeniţi şi oferiţi feedback eficient. Veţi vedea cum climatul comunicaţional al relaţiilor respective se va îmbunătăţi dacă întreprindeţi aceşti paşi.

ÎNVĂŢAŢI Daţi exemple de mesaje de infirmare. Prin ce diferă atitudinea defensivă de atitudinea încrezătoare? De ce anume critica constructivă este utilă pentru dezvoltarea climatelor pozitive de comunicare?

APLICAŢI Împreună cu un coleg, realizaţi un joc de rol constînd dintr-o conversaţie în care sînteţi doi colegi de cameră ce au un conflict cu privire la regulile referitoare la sarcinile gospodăreşti, vizitatorii şi folosirea proprietăţilor personale ale fiecăruia. Identificaţi apoi cît mai multe exemple de afirmaţii defensive făcute de dumneavoastră şi de partener. Pentru fiecare dintre acestea, notaţi ce tip de afirmaţie defensivă reprezintă (conform listei lui Gibb), apoi elaboraţi o versiune încrezătoare a aceleiaşi afirmaţii.

REFLECTAŢI Cînd simţiţi că aveţi o atitudine defensivă? De ce exprimarea feedbackului nonevaluativ este considerată o aptitudine?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

1. Specificul relaţiilor apropiate (p. 337)
   - Dedicarea emoţională implică responsabilităţi emoţionale, sociale, legale şi financiare vizavi de bunăstarea altei persoane.
   - De obicei, relaţiile personale necesită niveluri ridicate de interdependenţă.
   - De asemenea, relaţiile personale presupun niveluri mari de investiţii.
   - Multe tensiuni dialectice – inclusiv tensiunile dintre autonomie şi conectare, dintre deschidere şi închidere şi dintre previzibilitate şi noutate – sînt frecvente în relaţiile personale.
2. Comunicarea în relaţiile de cuplu (p. 341)
   - Multe relaţii romantice sînt exclusive, voluntare, bazate pe dragoste, alcătuite din parteneri de sex opus şi permanente, dar multe altele nu prezintă aceste caracteristici.
   - Întemeierea unei relaţii presupune cel puţin cinci etape: iniţierea, experimentarea, intensificarea, integrarea şi stabilirea legăturilor. Evoluţia relaţiilor presupune variaţii individuale şi culturale.
   - Studiile arată că trei tipuri de căsătorii sînt deosebit de frecvente: tradiţionale, separate şi independente.
   - Relaţiile de cuplu variază din perspectiva modului în care partenerii gestionează probleme comunicaţionale precum conflictul, intimitatea, comunicarea emoţională şi comunicarea instrumentală.
   - Terminarea unei relaţii presupune cel puţin trei etape: diferenţierea, circumscrierea, stagnarea, evitarea şi finalizarea.
3. Comunicarea în familii (p. 354)
   - Conexiunile genetice, obligaţiile legale şi comportamentele de rol decid dacă o anumită relaţie este considerată familială.

- Familiile sînt de diverse tipuri, printre care se numără familiile naturale, familiile mixte, familiile monoparentale și familiile extinse.
- Rolurile, ritualurile, relatările și secretele familiale sînt aspecte importante ale modului în care comunică familiile.

Crearea unui climat de comunicare pozitivă (p. 359)

- Emiterea mesajelor de confirmare constituie o modalitate importantă de evidențiere a atitudinii pozitive.
- O serie de tipuri specifice de mesaje comunicaționale ajută un comunicator să evite să le inducă altor persoane o atitudine defensivă.
- Fie că este evaluativ sau nonevaluativ, feedbackul trebuie să fie întotdeauna constructiv.

TERMENI-CHEIE

apropiere (p. 337)
atitudine defensivă (p. 362)
atitudine încrezătoare (p. 362)
climat comunicațional (p. 359)
dedicare (p. 337)
divorț (p. 353)
etapa circumscrierii (p. 352)
etapa diferențierii (p. 352)
etapa evitării (p. 353)
etapa experimentării (p. 346)
etapa inițierii (p. 345)
etapa integrării (p. 346)
etapa intensificării (p. 346)
etapa încheierii (p. 353)
etapa stabilirii legăturilor (p. 346)
etapa stagnării (p. 352)
familie de origine (p. 356)
familie de procreare (p. 356)
feedback evaluativ (p. 364)
feedback nonevaluativ (p. 364)
infidelitate (p. 342)
interdependență (p. 338)
investiție (p. 338)
mesaje de confirmare (p. 360)
mesaje de infirmare (p. 361)
monogamie (p. 342)
poligamie (p. 342)
ritualuri (p. 358)
tensiuni dialectice (p. 339)
teoria managementului intimității comunicării (p. 349)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

Cum investiți în relațiile dumneavoastră personale? În ce fel investițiile în relațiile de cuplu diferă de cele în relațiile familiale?
Cînd observați tensiuni între autonomie și conexiune, între deschidere și închidere și între previzibilitate și noutate în relațiile dumneavoastră? Cum se relevă tensiunile respective în comportamentele dumneavoastră comunicaționale?
Cum diferențiați persoanele din familia dumneavoastră de persoanele care nu fac parte din ea? Cît de importante sînt conexiunile genetice, legale și cele de rol?
De ce credeți că atitudinea pozitivă este atît de importantă pentru relații stabile, satisfăcătoare?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

Ideea că acțiunile noastre influențează viețile altor oameni la fel de mult pe cît le influențează pe ale noastre este cunoscută sub numele de:
a. independență;
b. dependență;
c. interdependență;
d. autonomie.

Johann și partenera lui, Cris, iau cina în oraș și merg la film în fiecare seară de vineri. Această rutină începe să-l plictisească pe Johann, dar creează stabilitatea pe care Cris o apreciază. Tensiunea dialectică cu care se confruntă Johann și Cris este de tipul:

a. deschidere *versus* închidere;
b. autonomie *versus* conexiune;
c. prezenţă *versus* absenţă;
d. previzibilitate *versus* noutate.

3. Întrebări precum „Ce filme îţi plac?" sînt comune în această etapă a modelului relaţional al lui Knapp:
   a. etapa iniţierii;
   b. etapa identificării;
   c. etapa diferenţierii;
   d. etapa experimentării.
4. Conform lui Fitzpatrick, tipul de cuplu care are cele mai mari şanse să evite conflictul este alcătuit din parteneri:
   a. tradiţionali;
   b. separaţi;
   c. independenţi;
   d. interdependenţi.
5. Conform studiilor lui Gottman, tipul de cuplu caracterizat prin faptul că se implică în episoade conflictuale frecvente, care includ atacurile şi criticile personale, se numeşte:
   a. cuplu validant;
   b. cuplu volatil;
   c. cuplu care evită conflictele;
   d. cuplu ostil.

Completaţi spaţiile goale

6. Comportamentele repetitive care au semnificaţie specială pentru o familie se numesc ___.
7. Conform lui Gottman, cuplurile care discută deschis despre neînţelegeri şi rămîn calme pe parcursul episoadelor conflictuale sînt cupluri ___.
8. Conform teoriei ___, într-o relaţie romantică, partenerii deţin în comun informaţiile despre problemele lor.
9. ____ este un sentiment de preocupare excesivă pentru protejarea de ameninţarea criticilor şi a atacurilor la adresa eului propriu.
10. O relaţie romantică este___ cînd partenerii continuă „în virtutea inerţiei" o relaţie care nu mai este satisfăcătoare.

Răspunsuri

Întrebări cu răspunsuri multiple: 1 (c); 2 (d); 3 (d); 4 (b); 5 (d). Completaţi spaţiile goale: 6 (ritualuri); 7 (validante); 8 (managementului intimităţii comunicării); 9 (atitudinea defensivă); 10 (stagnantă).

RESURSE

Filme

It's complicated (*E tare complicat*; comedie, 2009, interzis minorilor)

În acest film, Jane (interpretată de Meryl Streep) şi Jake (interpretat de Alec Baldwin) sînt un cuplu divorţat, cu trei copii mari. Jake s-a recăsătorit cu o femeie mult mai tînără, iar Jane este curtată de Adam (interpretat de Steve Martin). Între timp, Jake şi Jane încep să se întîlnească în secret. Copiii lor sînt nemulţumiţi de relaţia lor, deoarece încă nu şi-au revenit de pe urma divorţului lor. Jane şi Jake decid să pună capăt relaţiei. Filmul prezintă într-un mod comic multe dintre tensiunile inerente întemeierii şi finalizării relaţiilor de cuplu.

Rachel Getting Married (*Rachel se mărită*, dramă, 2008, interzis minorilor)

Filmul prezintă povestea lui Kym (interpretată de Anne Hathaway), care este externată cîteva zile dintr-un centru de dezintoxicare pentru a merge la nunta surorii ei, Rachel. Trecutul şi

prezentul agitat ale lui Kym distrag atenția de la pregătirile pentru nunta surorii ei, generînd resentimentele lui Rachel şi conflicte cu mama ei. Intriga urmăreşte încercările familiei de a-şi gestiona conflictele şi de a reconcilia relațiile dintre membrii săi.

Cărţi şi articole din periodice

Amato, P.R. (2000). The consequences of divorce for adults and children. *Journal of Marriage and the Family*, 62, pp. 1269-1287.

Fitzpatrick, M.A. (1988). *Between husbands and wives: Communication in marriage.* Newbury Park, California: Sage.

Floyd, K., Morman, M.T. (eds.) (2006). *Widening the family circle*: New research on familiy communication. Thousand Oaks, California: Sage.

Vangelisti, A.L. (eds.) (2003). *Thehandbook of familycommunication.* New York: Routledge.

Site-uri

www.gottman.com
Acesta este site-ul Institutului Gottman, unde psihologul şi specialistul în terapia maritală John Gottman îşi foloseşte studiile pentru a ajuta cuplurile şi familiile să comunice mai bine.

www.families.com
Pe acest site se află bloguri şi forumuri pe diverse subiecte legate de familii. Nu este un site academic, dar exemplifică modul în care comunică oamenii cu privire la problemele familiale şi felul în care îşi portretizează în public relațiile familiale.

11

Conflictul interpersonal

1 Specificul conflictului interpersonal

2 Conflictul în relațiile personale

3 Puterea și conflictul

4 Gestionarea conflictului interpersonal

GESTIONAREA CONFLICTULUI? EXISTĂ O APLICAȚIE CARE FACE ACEST LUCRU

Persoanele implicate în relații de cuplu desemnează conflictul drept una dintre cele mai mari provocări cu care se confruntă în cadrul relației. Deși este în mare parte inevitabil în relațiile apropiate, conflictul poate jigni, poate afecta încrederea și poate cauza chiar destrămarea relației. Totuși, în epoca digitală, ajutorul nu este niciodată prea departe, ci doar la cîteva clickuri distanță. O aplicație pentru iPod numită Marriage Advice le dă utilizatorilor sfaturi pentru gestionarea conflictelor în relațiile de cuplu. Această aplicație explică de ce conflictul poate deveni problematic într-o relație, cum să găsească un consilier specializat pe conflicte și cînd să analizeze posibilitatea încheierii relației. Fiecare relație este diferită, desigur, însă o aplicație precum Marriage Advice are scopul să ofere sugestii practice pe care le pot folosi majoritatea cuplurilor pentru a-și îmbunătăți comunicarea.

În aproape toate relațiile apar din cînd în cînd conflicte. Gestionarea conflictelor poate fi productivă, dar este și foarte dificilă. După cum veți vedea în acest capitol, managementul conflictelor constituie o componentă normală a interacțiunii cu ceilalți. Puteți învăța să gestionați constructiv conflictele, dacă aveți aptitudinile adecvate. Cîteva elemente din acest capitol vă vor ajuta să vă dezvoltați aceste aptitudini.

1. Specificul conflictului interpersonal

Ce este conflictul şi cum anume este experienţa conflictului într-o relaţie? În această secţiune, vom defini conflictul interpersonal şi vom identifica trăsăturile comune ale tuturor conflictelor. Vom analiza apoi unele dintre diversele modalităţi în care oamenii conceptualizează conflictele din relaţiile lor.

ExercIţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să descrie în scris un conflict recent. Spuneţi-le să identifice modul în care conflictul reprezintă (1) manifestarea unei dispute (2) între părţi independente (3) care percep scopuri incompatibile şi resurse insuficiente, precum şi (4) interferenţa celeilalte părţi.

Definirea conflictului interpersonal

Vă amintiţi din capitolul 10 că specialiştii în comunicare William Wilmot şi Joyce Hocker defineau **conflictul interpersonal** drept „disputa manifestată între cel puţin două părţi interdependente care percep scopuri incompatibile, resurse insuficiente şi interferenţe ale celeilalte părţi în privinţa atingerii scopurilor proprii"[1]. Conform lui Wilmot şi Hocker, o interacţiune trebuie să prezinte toate aceste elemente, pentru a putea fi considerată un conflict interpersonal. Să ne axăm pe elementele principale din definiţie.

➲ **conflict interpersonal** O dispută manifestată între două părţi independente care percep scopuri incompatibile, resurse insuficiente şi interferenţe reciproce.

CONFLICTUL ESTE O DISPUTĂ MANIFESTATĂ. A fi în conflict înseamnă mai mult decît a nu fi de acord cu ceva. Puteţi să nu fiţi de acord cu politica externă a preşedintelui Obama sau cu preferinţele muzicale ale copiilor voştri, dar nu aveţi un conflict decît cînd i-aţi arătat celeilalte persoane ce simţiţi. Prin urmare, conflictul este un *comportament*. Uneori ne exprimăm dezacordurile verbal, dar le putem exprima şi printr-un comportament nonverbal, de exemplu, printr-o privire răutăcioasă sau printr-un ton dur.

Conflictul este comunicat adesea verbal, dar poate fi manifestat şi prin componente nonverbale care exprimă mînie, îngrijorare sau dezamăgire.

CONFLICTUL SURVINE ÎNTRE PĂRŢI INTERDEPENDENTE. Deşi toate conflictele implică dezacorduri, un dezacord devine un conflict doar dacă părţile depind una de alta într-un anumit mod – adică dacă acţiunile fiecăreia dintre părţi afectează binele celeilalte. După cum aţi observat poate, conflictul este extrem de comun în relaţiile cu un grad ridicat de interdependenţă, precum cele pe care le aveţi cu părinţii, copiii, profesorii, şefii şi prietenii apropiaţi. Dacă două părţi sînt complet independente, atunci, deşi pot să nu fie de acord, dezacordurile dintre ele nu sînt considerate conflicte interpersonale.

Subiect de discuţie: Subliniaţi faptul că interdependenţa are întotdeauna anumite niveluri, deci unele relaţii sînt mai interdependente decît altele.

Este posibil şi să aveţi conflicte cu dumneavoastră înşivă. De exemplu, puteţi simţi uneori un conflict în privinţa modului în care vă petreceţi timpul. Poate că, pe de o parte, credeţi că ar trebui să petreceţi mai mult timp cu prietenii şi cu familia, dar, pe de altă parte, credeţi că ar trebui să dedicaţi mai mult timp activităţilor de învăţare. Acesta este un conflict, dar nu unul *interpersonal*. Este mai degrabă *intrapersonal*, deoarece are loc în sinea dumneavoastră. Prin urmare, operează în afara teritoriului conflictului interpersonal.

În viaţa de zi cu zi: Studenţii pot avea impresia că, pentru a putea fi considerat un conflict, un dezacord trebuie să fie negativ sau marcat de rea-voinţă. Puteţi preciza că majoritatea oamenilor trăiesc conflicte multiple în viaţa cotidiană, fără ca acestea să aibă neapărat valenţe negative.

CONFLICTELE VIZEAZĂ OBIECTIVE PE CARE PĂRŢILE LE CONSIDERĂ INCOMPATIBILE. Conflictele se datorează faptului că percepem că scopurile noastre sînt incompatibile cu obiectivele altei persoane. Etichetarea obiectivelor drept „incompatibile" nu înseamnă pur şi simplu că acestea sînt diferite. Mai degrabă, două scopuri sînt incompatibile cînd este imposibil să le satisfaceţi pe amîndouă. Vreţi să schimbaţi banda, pe autostradă, dar şoferul de alături nu vă dă voie. Vreţi să cheltuiţi impozitul restituit pe un televizor nou cu ecran plat, dar soţul/soţia dumneavoastră vrea să-i cheltuie pe o vacanţă.

Subiect de discuţie: Ajutaţi-i pe studenţi să înţeleagă, conflictul este exprimarea dezacordului, nu dezacordul însuşi.

Observaţi că prima frază din paragraful anterior se referă în mod explicit la *percepţiile* noastre conform cărora obiectivele ne sînt incompatibile. În realitate, conflictul poate fi rezolvat într-o manieră care să le permită ambelor părţi să-şi atingă scopurile. (Vezi discuţia despre strategiile vizînd conflictul, din acest capitol.) Ideea este că părţile implicate în conflict percep că obiectivele lor se exclud reciproc, deşi percepţia nu este adevărată, în mod obiectiv.

CONFLICTUL SURVINE DIN CAUZA PERCEPŢIEI CĂ RESURSELE SÎNT INSUFICIENTE. Nu are rost să ne luptăm pentru ceva ce avem din abundenţă. Oamenii tind să aibă conflicte cu privire la resursele pe care le percep ca fiind limitate. Mulţi parteneri implicaţi în relaţii au conflicte referitoare la bani, de exemplu. Cînd oamenii simt că nu au suficienţi bani pentru tot ceea ce au nevoie şi îşi doresc, pot avea cu uşurinţă conflicte referitoare la modalitatea de a-şi cheltui banii de care dispun.

Timpul este o altă resursă pe care oamenii o percep adesea ca fiind insuficientă. Prin urmare, oamenii se implică adesea în conflicte privind modul în care ar trebui să-şi petreacă timpul. Poate că partenerul dumneavoastră vrea să vă petreceţi vacanţa făcînd drumeţii şi stînd cu familia lui. Dacă aveţi impresia că nu aveţi suficient timp pentru ambele activităţi, puteţi avea un conflict privind modul în care vă veţi petrece timpul.

CONFLICTELE INCLUD INTERFERENŢE. Două părţi pot avea obiective opuse în privinţa unor aspecte, dar nu vor intra într-un conflict real decît cînd vor acţiona astfel încît să se împiedice una pe cealaltă să atingă scopurile respective. De exemplu, puteţi dezaproba obiceiul de a fuma al colegului dumneavoastră de cameră, dar nu veţi avea un conflict real decît cînd vă veţi comporta astfel încît să îi afectaţi obiceiul. De exemplu, dacă vă plîngeţi de faptul că fumează, acest lucru îi poate diminua plăcerea pe care i-o creează fumatul. Dacă îi ascundeţi ţigările sau i le aruncaţi, îi va fi mai greu să fumeze. În ambele cazuri, afectaţi capacitatea colegului dumneavoastră de cameră de a-şi atinge scopul.

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să monitorizeze modul în care propriile lor scopuri sînt afectate şi cine le pune în pericol, într-o anumită zi.

Convingeri despre conflictul interpersonal

Cînd vă gîndiţi la propriile dumneavoastră experienţe privind conflictele interpersonale, ce cuvinte sau imagini vă vin în minte? Se pare că oamenii se gîndesc adesea la conflicte folosind un limbaj figurativ, de exemplu, metafore[2]. Cercetătorii au identificat o serie de metafore folosite pentru a descrie conflictul. Gîndiţi-vă cît de bine reflectă fiecare dintre următoarele metafore comune despre conflict modul în care concepeţi propriile dumneavoastră experienţe privind conflictul.

- *Conflictul este un război.* Conflictul este o serie de bătălii cu învingători şi învinşi.
- *Conflictul este o explozie.* Conflictul constă în a auzi cum ticăie o bombă şi a vedea apoi cum sare ceva în aer.
- *Conflictul este un proces.* Fiecare parte implicată îşi prezintă argumentele şi dovezile, iar cel care argumentează cel mai bine cîştigă conflictul.

- *Conflictul este o luptă.* Conflictul este o componentă dificilă şi permanentă a vieţii.
- *Conflictul este un fenomen al naturii.* Oamenii au conflicte pur şi simplu; acestea nu pot fi prevenite sau controlate.
- *Conflictul este un comportament animalic.* Supravieţuiesc doar cei mai puternici; conflictul este o componentă naturală a existenţelor tuturor făpturilor.
- *Conflictul este o confuzie.* Conflictul induce confuzie care se extinde şi la alte aspecte ale vieţii.
- *Conflictul înseamnă comunicare deficitară.* Conflictul provine din neînţelegeri şi întreruperi ale comunicării.
- *Conflictul este un joc.* Conflictul este o competiţie distractivă în care participanţii îşi testează aptitudinile unul împotriva celuilalt.
- *Conflictul este o aventură eroică.* Conflictul înseamnă asumarea unor riscuri şi cucerirea de noi teritorii.
- *Conflictul este un act de echilibristică.* Implicarea într-un conflict seamănă cu jonglatul sau cu mersul pe sîrmă; o mişcare greşită poate aduce dezastrul.
- *Conflictul este o masă a negocierii.* Conflictul îi reuneşte pe oameni într-un scop colectiv.
- *Conflictul e ca o maree.* Conflictul se retrage şi avansează; pe baza experienţei, putem anticipa cînd se va produce.
- *Conflictul este un dans.* Partenerii învaţă „mişcările" alături de celălalt, pe parcursul episoadelor conflictuale.
- *Conflictul este o grădină.* Experienţele conflictuale reprezintă seminţele pentru viitor; dacă sînt îngrijite, vor aduce o recoltă bună.

Două părţi pot fi implicate în acelaşi conflict, dar pot percepe conflictul destul de diferit. Consideraţi conflictul o testare? Un comportament animalic? Un dans? Un act de echilibrare? Un război? Un joc?

După cum vedeţi, aceste metafore reprezintă o mare varietate de idei. Unele imagini sînt inerent negative, dar altele pot fi considerate neutre sau chiar pozitive. Vă puteţi imagina cum anume vă poate influenţa concepţia despre conflict modul în care îl trăiţi? De exemplu, dacă consideraţi conflictul un joc, un dans, o grădină, îl trăiţi în mod diferit decît dacă îl consideraţi un război, o luptă sau confuzie?

Cercetătorii au descoperit că modul în care interpretăm sau „încadrăm" un conflict poate influenţa foarte mult felul în care îl trăim şi alegerile comunicaţionale pe care le facem pentru a-l gestiona[3]. De exemplu, pe cînd se contrazicea cu colega lui de serviciu Madison cu privire la folosirea maşinii de serviciu, Russell şi-a dat seama brusc că Madison zîmbea în mijlocul discuţiei lor aprinse. Faptul că Madison zîmbea l-a enervat şi mai tare, pentru că a avut impresia că ea nu îl ia în serios. Totuşi, cu cît se enerva mai tare, cu atît ea zîmbea mai mult. Doar în timpul unei conversaţii purtate cu cîteva săptămîni mai tîrziu şi-au dat seama că percep conflictul în moduri destul de diferite. Russell percepe conflictul drept un război, iar Madison drept un joc.

O consecinţă a acestei diferenţe este faptul că Madison s-a confruntat probabil cu un stres mai redus în timpul conflictului, în comparaţie cu Russell. Deoarece Madison consideră conflictul o competiţie amuzantă, mai degrabă decît o bătălie între învingători şi învinşi, ea nu s-a simţit neapărat ameninţată sau deranjată de ceea ce a spus Russell. În schimb, i-a interpretat comentariile drept provocări care îi testau aptitudinile interpersonale. Russell percepe însă conflictul drept un război; el a interpretat fiecare afirmaţie a lui Madison drept o tentativă de a-l înfrînge. În consecinţă, conflictul interpersonal i se pare stresant şi ameninţător, într-un mod diferit decît din perspectiva lui Madison.

Deoarece percepţia conflictului ne poate influenţa felul în care îl trăim, mulţi terapeuţi îi încurajează pe oameni să-şi *reconsidere* conflictele. *Reconsiderarea* înseamnă modificarea modului în care percepeţi o situaţie interpersonală, astfel încît să adoptaţi un cadru mai util[4]. De exemplu, un terapeut sau un consilier îl poate ajuta pe Russell să-şi reconsidere conflictele

cu colegii de serviciu, astfel încît să le considere o aventură, un act de echilibristică sau un dans, nu un război.

ÎNVĂȚAȚI Care sînt elementele esențiale ale conflictului interpersonal? Ce înseamnă a reconsidera un conflict?

APLICAȚI Pentru un anumit interval de timp (de exemplu, între trei și cinci zile), notați toate conflictele pe care le observați, fie că sînteți sau nu implicat în ele. Notați care a fost obiectul conflictului, cine a fost implicat în el și cum a fost rezolvat (dacă a fost). Pentru fiecare conflict, identificați disputa manifestată, părțile interdependente, scopurile incompatibile, resursele insuficiente și interferența care l-a transformat într-un conflict interpersonal.

REFLECTAȚI Cu cine aveți conflicte cel mai frecvent? Ce metafore pentru conflict vi se par cele mai relevante?

2. Conflictul în relațiile personale

Conflictul survine la multe niveluri sociale. Comunitățile, organizațiile și anumite națiuni intră în conflict unele cu altele. Totuși, conflictul interpersonal ne afectează adesea existența într-un mod mai direct și mai personal decît conflictele de la aceste niveluri mai largi. În această secțiune vom prezenta cîteva caracteristici ale conflictului interpersonal și vom identifica subiectele cu cele mai mari șanse de a genera conflict în relațiile noastre personale. În continuare, vom evalua influența genului și a culturii asupra conflictului. Vom încheia analizînd motivele pentru care conflictele par foarte comune atunci cînd comunicăm online.

Caracteristicile conflictului interpersonal

Deși avem conflicte pe diverse teme cu oameni diferiți, putem face o serie de observații care se aplică tuturor conflictelor interpersonale. În această secțiune, analizăm cinci aspecte fundamentale ale conflictului în relațiile personale.

CONFLICTUL ESTE NATURAL. Celor mai mulți dintre noi le-ar fi greu să se gîndească la o singură relație importantă în care nu avem din cînd în cînd conflicte. Conflictul este o componentă normală, naturală a relaționării cu ceilalți. Poate vă place să ascultați muzică noaptea, în timp ce vecinii din camerele alăturate de cămin preferă liniștea. Poate aveți impresia că meritați o mărire de salariu la serviciu, dar șeful dumneavoastră nu este de acord. Aproape în orice relație semnificativă – mai ales cele cu prietenii apropiați, rude și parteneri sentimentali – tind să apară conflicte, din cînd în cînd.

A avea un conflict cu cineva nu înseamnă neapărat că relația dumneavoastră este deficitară sau afectată. Într-adevăr, prezența conflictului indică faptul că aveți o relație interdependentă, că aveți o influență unul asupra celuilalt; dacă nu ar fi așa, nu ar exista nici o necesitate să aveți vreun conflict, în primul rînd. Prin urmare, conflictul în sine nu este un lucru rău. De fapt, după cum vom vedea mai tîrziu, în acest capitol, dacă gestionăm conflictul în mod productiv, poate aduce rezultate pozitive. Contează felul în care oamenii gestionează conflictele. Ulterior, în acest capitol, vom explica strategii utile pentru gestionarea conflictului.

CONFLICTUL ARE DIMENSIUNI DE CONȚINUT, RELAȚIONALE ȘI PROCEDURALE. În relațiile personale, conflictele se axează adesea pe un anumit aspect controversat, dar la un nivel mai profund au adesea implicații mai ample pentru relația în sine. Pentru a ilustra această idee, să presupunem că Marc descoperă că Amber, fiica lui adolescentă, i-a furat cardul de credit din buzunar

pentru a juca jocuri de noroc pe Internet. Cînd Marc o confruntă pe Amber cu privire la situaţie, se ceartă cu ea pe tema lipsei de onestitate asociate cu furtul şi a riscurilor jocurilor de noroc. Acestea sînt *dimensiunile de conţinut* ale conflictului, subiectele specifice pe baza cărora s-a iscat conflictul.

Totuşi, chiar şi cînd Amber promite să-şi schimbe comportamentul, Marc nu se simte complet satisfăcut de rezultatul disputei lor. Motivul constă în existenţa *dimensiunilor relaţionale* ale conflictului, adică implicaţiile pe care le are conflictul asupra relaţiei. Marc simte că Amber a dat dovadă de lipsă de respect, furînd de la el şi că nu mai poate avea încredere în ea. Această dimensiune a conflictului nu se referă doar la conţinutul argumentului (Amber nu ar trebui să fure sau să joace jocuri de noroc), ci mai degrabă la specificul relaţiei lor. Deşi Marc o poate determina cu succes pe Amber să-şi schimbe comportamentul, remedierea afectării respectului şi încrederii reciproce poate necesita mult mai mult timp şi eforturi mult mai mari.

De asemenea, conflictul are şi *dimensiuni procedurale*, adică regulile sau aşteptările oamenilor privind modul în care se implică în conflict. Să presupunem că Marc consideră că un conflict trebuie gestionat în mod direct, prin discuţii deschise şi sincere, în timp ce Amber preferă să evite conflictul, sperînd că neînţelegerile vor dispărea de la sine. Lui Marc şi lui Amber le poate fi greu să gestioneze conflictul, dacă adoptă proceduri atît de diferite. În esenţă, ei încearcă să joace acelaşi joc folosind reguli complet diferite.

Cînd oamenii adoptă procedee extrem de diferite pentru a gestiona conflicte, ei ajung adesea să se implice în **metaconflicte**, respectiv conflicte cu privire la conflictul în sine. „Întotdeauna te fereşti de dispute", îi spune Marc lui Amber. Ea i-ar putea răspunde: „Ei bine, tu vrei să te cerţi pentru orice fleac – uneori trebuie pur şi simplu să mai iei o pauză!". Observaţi că acum Marc şi Amber nu se mai ceartă cu privire la faptul că Amber a furat şi a jucat jocuri de noroc, ci pe tema *modului în care se implică în conflict*, în primul rînd. Metaconflictul lor este consecinţa abordării conflictului cu aşteptări sau reguli complet diferite. Figura 11.1 prezintă o ilustrare a dimensiunilor de conţinut, relaţionale şi procedurale ale conflictului.

➲ **metaconflict** Conflict cu privire la un conflict.

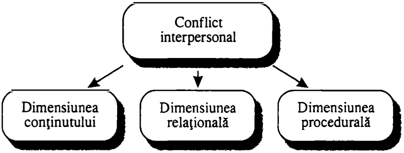


Figura 11.1. Cele trei dimensiuni distincte ale conflictului interpersonal

CONFLICTUL POATE FI DIRECT SAU INDIRECT. În multe cazuri, oamenii gestionează conflictele în mod direct şi deschis. De exemplu, cînd Maria şi Sofie nu sînt de acord cu privire la locul în care să-şi petreacă vacanţa, au o serie de dispute în care fiecare încearcă să o convingă pe cealaltă să-i adopte punctul de vedere. Cînd Rosemary îşi pedepseşte fiul pentru că a consumat droguri, ei discută deschis despre gravitatea comportamentului lui şi despre severitatea pedepsei.

De asemenea, oamenii pot să-şi manifeste conflictele şi în mod indirect. De exemplu, în loc să-şi gestioneze conflictele în mod deschis, oamenii se pot comporta jignitor sau răzbunător unii cu alţii. Jade este supărată pe prietenul

Etica în prim-plan: În concepţia unora, agresivitatea pasivă este o modalitate lipsită de etică de a gestiona conflictele, deoarece implică înşelarea cu privire la sentimentele agresive ale unei persoane. Ce părere au studenţii dumneavoastră?

Subiect de discuţie: Opinia noastră că strategiile directe sau indirecte sînt cele mai bune pentru gestionarea conflictelor depinde şi de faptul că am crescut într-o cultură cu context redus sau cu context amplu.

ei, aşa că flirtează în mod deliberat cu alţi bărbaţi, în faţa lui. Tamir este mînios pe soţia lui pentru că şi-a invitat părinţii la cină, aşa că îşi petrece toată seara jucînd solitaire la calculator. Aceste comportamente exprimă conflict, dar într-un mod indirect, care nu permite rezolvarea acestuia.

Cînd aveţi un conflict cu altă persoană, ce este mai bine : să gestionaţi în mod deschis şi direct conflictul sau indirect ? Aceasta este o întrebare complexă, iar răspunsul este că nici una dintre abordări nu este mai bună în orice situaţie. Gestionarea în mod direct a conflictului poate conduce la rezolvări mai rapide, dar poate cauza totodată amplificarea acestuia, care devine astfel mai grav. La rîndul său, gestionarea indirectă a conflictului poate fi mai uşoară şi mai confortabilă, dar poate lăsa conflictul nerezolvat un timp mai îndelungat. Faptul că o abordare este mai bună decît cealaltă depinde de situaţie, de scopurile dumneavoastră, de cealaltă parte implicată în conflict şi de cît de important este rezultatul conflictului pentru dumneavoastră. Ulterior, în acest capitol, vom discuta despre cîteva strategii pentru implicarea în conflict, cînd vă confruntaţi cu aşa ceva.

CONFLICTUL POATE FI DĂUNĂTOR. De obicei, experienţele conflictuale nu sînt plăcute, aşa că probabil nu vă surprinde să aflaţi că acestea vă pot afecta starea de bine, dacă nu le gestionaţi adecvat. De exemplu, într-un studiu, psihologii au filmat 150 de cupluri de persoane căsătorite, sănătoase, care discutau despre un subiect controversat timp de şase minute. Două zile mai tîrziu, au realizat tomografii computerizate ale pieptului, pentru fiecare partener. Au descoperit că soţii care fuseseră excesiv de autoritari şi soţiile care fuseseră excesiv de ostile pe parcursul episodului conflictual manifestau o rigidizare mai mare a arterelor, în comparaţie cu soţii şi soţiile care nu avuseseră comportamentele respective[5].

În viaţa de zi cu zi: Gestionarea deficitară a conflictelor afectează sănătatea. Ce alte aspecte mai afectează în mod negativ?

Alte studii au demonstrat că implicarea în conflict determină adesea corpul să producă o reacţie la stres, prin creşterea nivelului hormonilor de stres[6] şi a limfocitelor citotoxice[7] din sînge. După cum ilustrează un experiment, stresul indus de conflict poate determina chiar vindecarea mai lentă a rănilor decît în mod obişnuit, mai ales dacă persoanele implicate în conflict se comportă într-un mod negativ, ostil, una cu cealaltă[8]. După cum arată aceste investigaţii şi altele, modul în care oamenii gestionează conflictele, mai ales în relaţiile de cuplu, are implicaţii profunde asupra sănătăţii lor[9].

Cercetarea în prim-plan: Specialista în comunicare Nancy Eckstein a descoperit şi că agresiunea şi violenţa sînt destul de comune în relaţiile dintre părinţi şi adolescenţi, părinţii fiind victimele, iar adolescenţii fiind cei care le comit[i].

[i]Eckstein, N.J. (2004). Emergent issues in families experiencing adolescent-to-parent abuse. *Western Journal of Communication*, 68, pp. 365-388.

Conflictul este deosebit de dăunător pentru binele personal cînd se amplifică, ajungînd la agresiune şi violenţă[10]. Cercetătorii estimează că în ultimele două decenii, aproape jumătate dintre toate relaţiile maritale, de coabitare sau aflate în stadiul de „întîlniri" au implicat o combinaţie de agresiuni verbale, fizice şi/sau sexuale[11]. Conform unui studiu, aproximativ 12% dintre femei şi 11 % dintre bărbaţi au comis cel puţin un astfel de act violent – de exemplu, lovirea cu palma, cu piciorul sau cu pumnul – la adresa partenerului/partenerei, în timpul unui episod conflictual din anul anterior[12].

În astfel de relaţii, agresivitatea este adesea consecinţa tentativei unei persoane de a domina o discuţie – şi, prin extensie, de a-l domina pe partener[13]. Deşi victimele agresivităţii relaţionale tind să fie mai degrabă femei, şi bărbaţii pot fi victimizaţi atît de parteneri sentimentali femei, cît şi de partenerii bărbaţi[14]. Studiile relevă că violenţa în timpul conflictelor este aproximativ la fel de comună în relaţiile gay şi lesbiene ca în cazul relaţiilor heterosexuale[15]. Anumite situaţii par să genereze agresiune mai des decît altele, de exemplu, cazul în care unul dintre parteneri se află sub influenţa alcoolului ; citiţi caseta „Comunicarea : zona întunecată".

Comunicarea: zona întunecată

ROLUL ALCOOLULUI ÎN CONFLICTELE DIN RELAŢII

Gestionarea conflictelor poate pune probleme în cele mai bune circumstanţe, dar pare să fie mai problematică atunci cînd un partener este sub influenţa alcoolului. Conform cercetărilor, consumul excesiv de alcool conduce la comportamente mai agresive şi amplifică şansele de violenţă în relaţiile apropiate. De asemenea, constituie un risc major sub aspectul sănătăţii. De fapt, consumul excesiv de alcool se situează pe locul trei în rîndul cauzelor de deces care pot fi prevenite, în SUA, după fumat şi mal nutriţie. Prin urmare, consumul de alcool nu doar facilitează conflictele, ci poate intensifica totodată conflictele existente. Poate afecta însă şi modul în care reacţionează oamenii la conflict?

Pentru a răspunde la această întrebare, în cadrul unui studiu, cercetătorii i-au rugat pe participanţi să-şi amintească un conflict recent dintr-una din relaţiile lor personale. Apoi, jumătate dintre participanţi au fost puşi să bea alcool pînă au ajuns la punctul în care erau consideraţi sub influenţa alcoolului, din perspectivă legală. În cele din urmă, tuturor participanţilor li s-a cerut să reflecteze asupra conflictului pe care l-au descris şi să indice: (1) cît de negative erau propriile lor sentimente, (2) cît de negative credeau că sînt sentimentele partenerilor şi (3) în ce măsură îşi învinuiau partenerii pentru conflict. În comparaţie cu partenerii care nu consumaseră alcool, participanţii aflaţi sub influenţa alcoolului şi-au evaluat sentimentele şi percepţia sentimentelor partenerilor mai negativ. În plus, partenerii care consumaseră alcool şi care aveau o stimă de sine redusă au fost înclinaţi într-o măsură mai mare să-şi învinuiască partenerii pentru conflict.

Aceste descoperiri nu implică faptul că alcoolul *cauzează* conflicte, ci că alcoolul amplifică negativitatea conflictelor existente şi le face mai dificil de gestionat.

Întrebaţi-vă

- De ce credeţi că alcoolul influenţează percepţia oamenilor privind conflictele?
- Dacă aţi fost vreodată implicat într-un conflict cu o persoană aflată sub influenţa alcoolului, cum l-aţi gestionat? Ce strategii de gestionare a conflictului au avut mai mult sau mai puţin succes?

Surse: MacDonald, G., Zanna, M.P., Holmes, J.G. (2000). An experimental test of the role of alcohol in relationship conflict. *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, pp. 182-193; Mokdad, A.H., Marks, J.S., Stroup, D.F., Gerberding, J.L. (2004). Actual causes of death in the United States, 2000. *Journal of the American Medical Association*, 291, pp. 1238-1245.

Una dintre descoperirile cele mai surprinzătoare legate de agresiune este faptul că nu generează întotdeauna insatisfacţii în relaţii[16]. De fapt, persoanele implicate în relaţii abuzive consideră că agresivitatea fizică a partenerilor este un semn de iubire şi adesea iartă rapid comportamentele agresive ale partenerilor sau chiar dau vina pe ei înşişi[17]. Această afirmaţie nu sugerează că agresivitatea este benefică pentru relaţii. Dimpotrivă, în timp, agresivitatea erodează în timp încrederea, fericirea şi stima de sine a victimelor[18]. Totuşi, victimele agresiunii nu se grăbesc întotdeauna să pună capăt relaţiilor cu agresorii, ci mai degrabă susţin uneori că au satisfacţii emoţionale, în pofida agresiunii[19].

Conflictul poate fi benefic. Trăsăturile negative ale conflictului sînt relativ uşor de identificat: este stresant, poate afecta sănătatea şi poate genera agresivitate şi violenţă. Totuşi, cînd conflictul este gestionat bine, poate aduce anumite beneficii. Gestionarea unui conflict într-o manieră pozitivă, constructivă poate ajuta doi oameni să înveţe mai mult unul despre celălalt şi despre relaţia lor[20]. De asemenea, îi poate determina să găsească o soluţie mai constructivă la problemă decît ar fi descoperit pe cont propriu. Aceste beneficii depind de cine posedă abilităţi de a gestiona adecvat un conflict interpersonal - doar una dintre persoane sau ambele.

Deşi victimele violenţei relaţionale tind să fie femei, şi bărbaţii sînt victimizaţi atît de partenerii de cuplu bărbaţi, cît şi de femei.

Gestionarea constructivă a conflictelor poate contribui şi la prevenirea transformării problemelor mici în probleme mai mari. Să presupunem că un coleg de serviciu vi se plînge constant de prietena lui, în timp ce încercaţi să lucraţi. Totuşi, în loc să rezolvaţi problema,

îl lăsaţi să vă enerveze zi de zi, pînă ce, în cele din urmă, vă ieşiţi din sărite, ţipaţi, faceţi o scenă şi în cele din urmă şeful vă face observaţie. Dacă aţi fi rezolvat situaţia cînd a apărut prima oară, probabil v-aţi fi diminuat în mare parte frustrarea, iar mica iritare nu s-ar mai fi transformat într-un conflict cu colegul dumneavoastră.

În timp, capacitatea de a gestiona conflictele în mod pozitiv le poate oferi oamenilor mai multă încredere în capacităţile lor de comunicare şi în soliditatea relaţiilor lor interpersonale. Studiile privind cuplurile căsătorite arată că soţii care manifestă comportamente constructive în situaţiile conflictuale – de exemplu, evită să-şi critice partenerul şi reacţionează la îngrijorările celuilalt – sînt mai fericiţi cu relaţia lor[21] şi mai satisfăcuţi de rezultatul conflictelor decît soţii care nu se comportă astfel[22]. Gestionarea constructivă a conflictelor le aduce satisfacţie cuplurilor sau cuplurile satisfăcute gestionează conflictele într-o manieră constructivă. În ambele cazuri, satisfacţia relaţiei şi managementul constructiv al conflictelor sînt strîns conectate.

Rezolvarea cu succes a conflictelor poate fi foarte benefică, dar orice conflict poate fi rezolvat? Citiţi caseta „Realitate sau ficţiune?", ca să aflaţi.

Cele mai frecvente surse de conflict

Ca relaţiile, conflictele sînt de toate tipurile şi mărimile. Care sînt unele dintre cele mai tipice subiecte în legătură cu care se ceartă oamenii? Într-un studiu, specialistul în comunicare Larry Erbert a rugat cupluri căsătorite să precizeze sursele de conflict cele mai comune din mariajul lor[23]. Vă va surprinde să auziţi că bărbaţii şi femeile au identificat aceleaşi trei surse majore de conflict. Cea mai comună constă în *criticile personale* sau acuzaţiile şi criticile privind comportamentele nedezirabile sau obiceiurile proaste ale celuilalt (de exemplu, fumatul sau abuzul de alcool). Aproape 20% dintre cuplurile intervievate de Erbert au menţionat criticile personale drept o sursă comună de conflict.

Exerciţiu de redactare: Cereţi-le studenţilor să aleagă una dintre relaţii – o relaţie de cuplu, una parentală, o relaţie cu un prieten, cu un coleg de cameră sau cu un coleg de la locul de muncă – şi să enumere cele mai comune teme ale conflictelor pe care le au în relaţiile lor. Rugaţi-i pe studenţi să-şi comunice răspunsurile şi să observe atît diferenţele, cît şi asemănările dintre tipurile relaţionale privind temele conflictelor.

Pe locul doi ca frecvenţă a răspunsurilor, întrunind un procent de 13%, s-au situat *problemele financiare* sau conflictele legate de bani. Nu este neobişnuit ca soţii să nu cadă de acord cu privire la felul în care ar trebui cheltuiţi, economisiţi sau investiţi banii. În plus, deoarece pentru mulţi oameni banii sînt o resursă insuficientă, conflictele legate de bani pot fi deosebit de dificile.

Pe locul trei se situau *sarcinile gospodăreşti* sau conflictele legate de diviziunea muncii. Soţii trebuie să negocieze împărţirea unor sarcini precum curăţenia, gătitul, îngrijirea grădinii şi întreţinerea maşinii, iar multe cupluri ajung cu uşurinţă la dezacorduri privind cine ar trebui să-şi asume anumite responsabilităţi. De asemenea, conflictele pot să apară atunci cînd soţii nu se achită de responsabilităţile care le revin, deoarece ambii soţi sînt afectaţi atunci cînd nu sînt spălate rufele sau cînd gazonul nu e tuns.

În studiul său, Erbert a descoperit că criticile personale, problemele financiare şi sarcinile gospodăreşti constituie motivul a aproximativ 42% dintre toate subiectele de conflict menţionate. Alte surse comune de conflict pentru cuplurile căsătorite erau copiii, serviciul, socrii, relaţiile sexuale, modul în care ar trebui să-şi petreacă vacanţele şi concediile, cum ar trebui să-şi petreacă timpul în general şi modul în care comunică unul cu celălalt[24]. De asemenea, studiile au relevat că sursele majore de conflict sînt aproape identice în cazul cuplurilor de gay, lesbiene şi heterosexuale[25].

Conform studiilor, sursele majore de conflict sînt aproape identice pentru cuplurile de gay, lesbiene şi heterosexuale.

REALITATE SAU FICȚIUNE?

Dacă vă străduți suficient de mult, puteți rezolva orice conflict

Conflictul constituie o componentă naturală a relațiilor și există multiple modalități de a-l gestiona. Observația din urmă vă poate determina să credeți că, dacă dispuneți de aptitudinile necesare și vă străduiți suficient de mult, puteți rezolva în cele din urmă orice conflict cu care vă confruntați. Ar fi minunat dacă ar fi adevărat, dar nu este așa.

Adevărul este că unele conflicte pur și simplu nu pot fi rezolvate. De exemplu, să presupunem că Juna și fratele ei, Tom, au o dispută pe tema avortului. Conservatoare, cu convingeri religioase puternice, Juna nu poate susține dreptul unei femei de a alege avortul în nici un fel de circumstanțe. Tom, a cărui orientare politică este mai liberală, crede că toate femeile au dreptul să aleagă dacă vor avea un copil sau dacă fac întrerupere de sarcină. Cu alte cuvinte, poziția Junei și a lui Tom sînt diametral opuse, ceea ce înseamnă că nu au un teren comun. Atîta timp cît au pozițiile respective, Juna și Tom se pot certa pentru totdeauna, dar nu-și vor rezolva niciodată conflictul.

Cînd două opinii sînt diametral opuse, iar oamenii sau grupurile care susțin opiniile respective nu sînt dispuse sau sînt incapabile să-și modifice opinia în orice mod, singurele opțiuni reale sînt evitarea conflictului, a cădea de acord sau a fi în dezacord și încercarea de a minimaliza efectele conflictului asupra altor aspecte ale relației.

Multe studii se axează pe conflictele din relațiile de cuplu, din cauza gradului sporit de interdependență care caracterizează aceste relații. Totuși, conflictele există într-o diversitate de relații. Mulți dintre noi avem în mod obișnuit conflicte cu superiorii sau subordonații, cu vecinii, părinții sau copiii, cu colegii de serviciu, profesorii și alte persoane cu care avem relații de interdependență. Asemenea conflictelor cu partenerii de cuplu, multe dintre aceste conflicte se axează pe aspecte legate de putere, respect și pe distribuția unor resurse precum banii și timpul[26]. În secțiunea următoare vom analiza îndeosebi rolul central al puterii.

Influența sexului și a genului asupra conflictului

Este aproape un clișeu să spunem că sexul și genul joacă un rol important în conflict. Într-adevăr, umorul unor seriale de televiziune precum *Modern Family* (*O familie modernă*) și *How I Met Your Mother* și al unor filme precum *Life as We Know It* (*Viața așa cum este ea*) și *Scott Pilgrim vs. the World* (*Scott Pilgrim împotriva tuturor*) se bazează pe ideea că femeile și bărbații se înțeleg cu greu între ei – problemă care creează o succesiune de situații ce pot induce conflicte. Deși diferențele dintre comportamentele și modalitățile lor de a gîndi pot constitui cu siguranță surse de conflict, femeile și bărbații mai întîmpină și dificultatea legată de faptul că gestionează conflictul în moduri sistematic diferite.

În mare parte, umorul unor seriale de comedie precum How I Met Your Mother *se bazează pe ideea că bărbații și femeile se înțeleg cu dificultate unii pe alții.*

După cum am văzut în capitolul 2, socializarea tradițională a genurilor combină sexul și genul, învățîndu-i pe oameni să adopte trăsături și comportamente masculine, iar pe femei să adopte trăsături și comportamente feminine. Cel puțin în societățile nord-americane, socializarea tradițională a genurilor a încurajat femeile „să fie supuse", evitînd conflictele și sacrificîndu-și scopurile proprii pentru a sprijini scopurile altora. Concomitent, totuși, bărbații sînt învățați adesea să nu le facă rău femeilor[27].

Despre materiale media: Folosiți fragmente din seriale populare de televiziune sau din filme pentru a ilustra prevalența conflictelor legate de percepțiile și experiențele diferite ale femeilor și ale bărbaților.

Aceste mesaje despre gen pot constitui provocări atît pentru femei, cît și pentru bărbați, în ceea ce privește gestionarea conflictelor. Unele femei pot considera că implicarea directă în conflict nu corespunde rolului feminin, prin urmare adoptă tactici mai puțin directe, pentru a-și atinge

agresivitate pasivă Model de comportament caracterizat printr-un comportament răzbunător, negînd totodată existența sentimentelor agresive.

Subiect de discuție: Expectanțele tradiționale privind genurile se modifică? Dacă da, cum anume și ce dovezi există în această privință?

scopurile. O astfel de tactică este **agresivitatea pasivă**, prin care persoanele își ascund agresivitatea prin intermediul unor comportamente aparent inocente.

Să analizăm exemplul lui Chelsea, care se enervează cînd prietenul ei răspunde la telefonul mobil ori de cîte ori sună, chiar și cînd iau cina în oraș. În loc să-i spună ce simte, Chelsea își exprimă iritarea în mod pasiv, nerăspunzînd uneori la telefon cînd sună el. Apoi îl sună ea și spune că nu a auzit telefonul sunînd. Chelsea evită conflictul deschis, comportîndu-se agresiv (ignorînd apelurile prietenului ei), dar într-o manieră aparent inocentă (pretinde că nu a auzit telefonul). Totuși, după cum vom vedea ulterior în acest capitol, femeile mai pot crede totodată că trebuie să lupte pentru resursele la care ar putea avea acces, îndeosebi cînd simt că sînt într-o poziție inferioară bărbaților, din perspectiva puterii.

Mesajele cu privire la conflict ale societății către bărbați îi pot încuraja să se implice în mod deschis în conflict – posibil agresiv – chiar și în situațiile în care o abordare mai subtilă, mai puțin directă ar putea fi la fel de eficientă. Din cauză că bărbații sînt învățați să se implice în mod direct în conflict, dar totodată să nu le rănească pe femei, ei pot avea tendințe foarte contrare de a acționa în conflictele cu femei. Adesea, bărbații rezolvă această nesiguranță neimplicîndu-se, lăsînd astfel conflictul nerezolvat. Psihologul John Gottman folosește termenul *amînare* pentru a descrie acest tipar comportamental. După cum vom observa pe parcursul acestui capitol, amînarea poate fi un comportament foarte problematic pentru cupluri.

tipar comportamental de solicitare-retragere Model comportamental în care o persoană emite solicitări, iar cealaltă persoană se retrage din conversație.

Modul în care gestionați conflicte poate depinde îndeosebi de sex. Conform studiilor, bărbații tind într-o măsură mai mare decît femeile să aibă comportamente conflictuale directe, care includ uneori agresivitatea fizică. Femeile tind mai degrabă decît bărbații să adopte comportamente pasiv-agresive, de exemplu, depășirea limitei de creditare a cardului unui membru al familiei.

În relațiile de cuplu dintre parteneri de sex opus, mesajele tradiționale receptate de genuri încurajează adesea partenerii să adopte un **tipar comportamental de solicitare-retragere**, prin care un partener (de obicei femeia) emite solicitări („Trebuie să discutăm despre problemele din relația noastră"), iar celălalt partener (de obicei bărbatul) reacționează retrăgîndu-se („Nu vreau să vorbesc despre asta")[28]. Deși acest tipar comportamental este în general conform cu rolurile de gen nord-americane, studiile arată că aceste diferențe comportamentale asociate cu genul sînt comune îndeosebi în relațiile nesatisfăcătoare, marcate de nemulțumiri[29]. Un posibil motiv al frecvenței deosebite a tiparului de solicitare-retragere în relațiile marcate de nemulțumiri este faptul că, dacă unul dintre parteneri se retrage de obicei din conversație, conflictul are puține șanse să fie rezolvat. În timp, conflictul nerezolvat poate genera insatisfacții.

Femeile și bărbații par să gestioneze conflictul în moduri destul de asemănătoare, fie că sînt heterosexuali, fie homosexuali. Conform studiilor, cuplurile de lesbiene și gay folosesc strategii asemănătoare celor folosite de heterosexuali pentru a gestiona conflictele[30]. Totuși, după cum au sugerat specialiștii în comunicare John Caughlin și Anita Vangelisti, cuplurile de gay și lesbiene tind să se confrunte cu surse potențiale de conflict care afectează rareori cuplurile heterosexuale[31]. De exemplu, cuplurile de gay și lesbiene pot avea conflicte privind cui anume să dezvăluie și cît să dezvăluie cu privire la orientarea lor sexuală[32]. Dacă un partener și-a făcut cunoscută orientarea familiei și prietenilor, în timp ce celălalt partener își ține secretă orientarea sexuală, această discrepanță poate genera conflicte legate de relațiile sociale ale cuplului și de planurile lor pe termen lung. Lesbienele și bărbații gay adulți se mai pot confrunta cu discriminare și prejudecăți

Cercetarea în prim-plan: Studiile lui Caughlin și Vangelisti, citate în notele de final, arată că, deși bărbații joacă uneori rolul solicitatorului, iar femeile rolul celui care se retrage, relațiile în care femeia solicită, iar bărbatul se retrage sînt mult mai comune.

Subiect de discuție: Ce alte grupuri, în afară de lesbiene și gay, ar putea manifesta conflicte unice, specifice grupurilor?

din partea familiilor lor, a colegilor de serviciu sau a vecinilor, care pot genera o detresă considerabilă şi pot face conflictele de rutină cu privire la alte probleme să pară mult mai substanţiale decît sînt[33].

Influenţa culturii asupra conflictelor

La fel cum mesajele specifice genurilor îi încurajează pe oameni să gestioneze conflictele în anumite moduri, acelaşi impact îl au şi mesajele culturale. Cu alte cuvinte, valorile şi normele pe care le află oamenii de la cultura lor pot modela felul în care reacţionează la conflictele cu membrii propriei lor culturi.

Unii cercetători cred că factorul cultural cel mai important este caracterul individualist sau colectivist al propriei culturi[34]. După cum vă amintiţi din capitolul 2, oamenii crescuţi în culturi individualiste sînt învăţaţi să aprecieze drepturile, necesităţile şi scopurile individului. Ei învaţă că este acceptabil să nu fii de acord cu alţii şi sînt încurajaţi să-şi susţină punctul de vedere într-un conflict[35]. În schimb, oamenii crescuţi în culturi colectiviste sînt învăţaţi că priorităţile grupurilor sînt mai importante decît cele ale individului şi că menţinerea armoniei grupului are întîietate asupra obţinerii succesului individual. Prin urmare, aceştia tind mai degrabă să gestioneze conflictul prin evitarea dezacordului, cedînd în faţa dorinţelor celeilalte persoane sau solicitîndu-i unei terţe părţi să medieze conflictul, deoarece aceste strategii pot contribui la menţinerea armoniei[36]. Probabil că ei ar considera comportamentele directe, sincere, folosite de oamenii din culturile individualiste pentru a gestiona conflictul drept insensibile sau nepoliticoase.

Cercetarea în prim-plan: Conform studiilor, persoanele din societăţile colectiviste, de exemplu, cea din Turcia, preferă adesea să folosească o terţă parte, ca mediator, deoarece această strategie gestionează conflictul fără a necesita o confruntare directă[ii].

[ii] Kozan, M., Ergin, C. (1998). Preference for the third-party help in conflict management in the United States and Turkey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29, pp. 525-539.

Culturile individualiste îi învaţă pe oameni să-şi susţină poziţia proprie în eventualitatea unui conflict. În schimb, culturile colectiviste îi învaţă pe oameni să menţină armonia, evitînd conflictul.

O a doua dimensiune culturală care influenţează modul în care oamenii gestionează conflictul ţine de ce fel de cultură avem: puternic contextuală sau slab contextuală[37]. Persoanele din culturi slab contextuale (de exemplu, Statele Unite) apreciază comunicarea explicită, directă şi literală. Prin urmare, cînd se implică în conflicte, se aşteaptă ca toate părţile să discute clar despre sursa dezacordului şi să precizeze sugestiile lor de rezolvare. În schimb, persoanele din culturi puternic contextuale (de exemplu, Japonia) apreciază subtilitatea, derivînd o mare parte din semnificaţia conversaţiilor lor din convenţii sociale şi exprimări nonverbale. Cînd intră în conflict, ei pun pe primul loc salvarea aparenţelor şi se străduiesc să nu o pună într-o situaţie stînjenitoare pe cealaltă persoană. În consecinţă, tind să discute indirect despre dezacorduri, fără acuzaţii directe sau solicitări directe de a acţiona într-un anumit fel[38].

Prin urmare, evident, aceste dimensiuni culturale - individualism *versus* colectivism şi puternic contextuale *versus* slab contextuale - îi determină pe oameni să rezolve conflictele în moduri diferite. Aceste diferenţe sînt adesea amplificate cînd apar conflicte între persoane din culturi diferite. Să presupunem că Gerry, care a fost crescut într-o cultură individualistă, este în conflict cu Kenan, care a fost crescut într-o cultură colectivistă. Kenan va încerca probabil să gestioneze conflictul într-un mod care să menţină armonia în relaţii şi evită să-l supere sau să-l jignească pe Gerry. Prin urmare, poate fi foarte afectat dacă Gerry abordează conflictul în modul direct, duşmănos, specific culturii lui. La rîndul său, Gerry poate avea impresia că felul mai puţin direct al lui Kenan de a se implica în conflicte sugerează că lui Kenan nu îi pasă de conflict sau de soluţionarea acestuia.

Cînd doi oameni abordează un conflict avînd valori şi norme radical diferite, există şanse să-şi înţeleagă greşit comportamentele unul altuia, iar această înţelegere greşită poate exacerba

conflictele[39]. Totuşi, învăţînd despre normele şi comportamentele altor culturi şi interacţionînd cu persoane provenite din diverse culturi, oamenii îşi pot îmbunătăţi capacitatea de a gestiona conflictele interculturale în moduri constructive.

EVALUAŢI-VĂ APTITUDINILE

Evitaţi dezinhibarea online

Comunicarea mediată de calculator poate contribui la conflicte din cauza dezinhibării. Cînd primiţi un e-mail, un mesaj text, o postare pe Facebook sau pe Twitter care vă enervează, consultaţi această listă înainte să-i răspundeţi persoanei respective.

Eu...	✓
...îmi dau seama că aş putea interpreta greşit spusele persoanei respective.	___
...ţin cont de faptul că nu văd expresiile faciale ale persoanei şi nu îi aud tonalitatea vocii.	___
...voi aştepta cel puţin o oră înainte să scriu un răspuns.	___
...voi reciti mesajul persoanei, înainte să-i răspund, şi mă voi gîndi dacă nu cumva îl interpretez greşit din nou.	___
...voi scrie un răspuns, dar nu îl voi trimite sau posta imediat.	___
...voi mai aştepta cel puţin cîteva ore – dacă nu o zi-două – înainte să trimit sau să postez răspunsul meu.	___
...îmi voi reciti răspunsul înainte să îl trimit sau să îl postez şi mă voi gîndi dacă trebuie să-l revizuiesc.	___
...îmi voi da seama că şi cealaltă persoană îmi poate interpreta greşit cuvintele.	___

Sfatul meu

Este nevoie de foarte multă răbdare pentru a nu reacţiona direct la un mesaj care vă enervează. Instinctul dumneavoastră ar putea fi să răspundeţi la provocare, făcînd în acele momente agitate afirmaţii pe care le veţi regreta ulterior. Deşi acest comportament poate aduce satisfacţii pe termen scurt, adesea conduce la agravarea unei situaţii neplăcute. O abordare mai bună constă în a prelua controlul asupra situaţiei, respectînd lista de mai sus.

Conflictul online

Conflictul este comun în contextele de tip faţă în faţă, dar poate părea deosebit de frecvent atunci cînd oamenii comunică online. Un motiv ar fi **efectul de dezinhibare** al comunicării mediate de calculator, ceea ce înseamnă că aceasta elimină constrîngerile şi invită oamenii să spună sau să facă lucruri pe care nu le-ar fi făcut în persoană[40]. Să presupunem că Saika primeşte un e-mail de la şeful ei, în care acesta îi scrie că îi respinge solicitarea de concediu pentru luna viitoare. Saika se enervează, mai ales pentru că în ultima lună a lucrat peste program, în timp ce şeful ei era în vacanţă. Din cauză că Saika citeşte cuvintele şefului ei online, în loc să le audă direct, se simte mai puţin inhibată în privinţa exprimării mîniei. Drept consecinţă a acestei dezinhibări, îi trimite şefului ei un e-mail plin de afirmaţii mînioase, iritate, pe care nu le-ar face niciodată în persoană. Comportamentul Saikăi îl deranjează foarte mult pe şeful ei – şi intensifică astfel conflictul lor.

➲ **efect de dezinhibare** Tendinţă de a spune sau de a face lucruri într-un anumit mediu (de exemplu, mediul online) pe care o persoană nu le-ar spune sau face în majoritatea celorlalte medii.

Conflictele online duc adesea la inflamare, adică la schimbul de mesaje ostile şi insultătoare.

Cercetătorii sugerează o serie de strategii pentru gestionarea conflictelor potenţiale în contextele online. În primul rînd, *nu răspundeţi imediat.* Acordaţi-vă în schimb cîteva ore pentru a vă calma şi a vă aduna gîndurile. (Desigur, acest sfat se aplică adesea şi la conflictele care survin în contexte directe.) Totuşi, deoarece e-mailul aduce direct cuvintele dumneavoastre

scrise în faţa altei persoane, puteţi simţi nevoia de a răspunde imediat, cînd în schimb ar trebui să vă calmaţi mai întîi.

În al doilea rînd, *clarificaţi orice ar putea fi înţeles greşit*, în loc să presupuneţi că ştiţi ce a vrut să spună persoana cealaltă prin afirmaţiile ei. În al treilea rînd, *puneţi-vă în locul celeilalte persoane* şi gîndiţi-vă cum ar reacţiona la răspunsul dumneavoastră. În al treilea rînd, *folosiţi emoticoane pentru a vă exprima tonul*, dacă este adecvat, astfel încît cititorul dumneavoastră să ştie cînd sînteţi supărat, cînd sînteţi surprins sau cînd glumiţi[41].

În viaţa de zi cu zi: Spuneţi-le studenţilor să dea exemple de situaţii cotidiene cînd se simt dezinhibaţi în interacţiunile online.

Citiţi caseta „Evaluaţi-vă aptitudinile" de pe pagina precedentă, pentru recomandări suplimentare privind evitarea capcanelor dezinhibării.

ÎNVĂŢAŢI În ce mod poate fi dăunător conflictul? În ce mod poate fi benefic? Care sînt cele mai comune subiecte de conflict în relaţiile maritale? Cum ne influenţează mesajele privind genul atunci cînd ne implicăm în conflicte? Ce dimensiuni culturale influenţează comportamentul în caz de conflict? Care este efectul de dezinhibare?

APLICAŢI Data viitoare cînd primiţi un e-mail negativ sau agresiv, scrieţi imediat un răspuns, dar salvaţi-l, în loc să-l trimiteţi. Scrieţi un al doilea răspuns după 24 de ore, apoi comparaţi-l cu primul. Observaţi o diferenţă de ton? Al doilea răspuns este mai puţin agresiv şi supărat? Ce răspuns aţi alege să trimiteţi? Dacă optaţi pentru al doilea, amintiţi-vă această lecţie cînd primiţi e-mailuri asemănătoare pe viitor.

REFLECTAŢI Puteţi alege să vă implicaţi indirect în conflict, mai degrabă decît direct? Cînd sînt cele mai mari şanse să aveţi conflicte online?

3. Puterea şi conflictul

Am definit conflictul drept manifestarea unei dispute între părţi interdependente care îşi percep obiectivele ca fiind incompatibile. Totuşi, dacă două părţi sînt interdependente, nu înseamnă şi că sînt la fel de puternice. Într-adevăr, conflictul survine adesea în relaţiile în care o persoană – de exemplu, un părinte sau un şef – are mai multă putere de cît cealaltă – de exemplu, un copil sau un angajat. Conflictul implică adesea lupta pentru putere dintre două părţi, fiecare parte încercînd să exercite cît mai multă influenţă sau control asupra situaţiei. Prin urmare, conflictul şi puterea sînt asociate în mod inextricabil.

În această secţiune, vom defini puterea şi vom examina unele dintre caracteristicile ei, îndeosebi cînd sînt asociate cu experienţa conflictului. De asemenea, vom analiza diverse tipuri de putere şi vom vedea cum influenţează genul şi cultura exprimarea puterii în relaţiile personale.

Subiect de discuţie: Ca în cazul conflictului, mulţi studenţi vor conceptualiza puterea în termeni negativi, îndeosebi cînd se gîndesc la diferenţele de putere dintre oameni. Puteţi face o introducere la discuţia despre putere, arătînd că aceasta, în mod inerent, nu este nici pozitivă, nici negativă; mai degrabă, ea constituie modul în care oamenii îşi exercită puterea care îi determină valenţa.

Caracteristicile puterii

putere Capacitate de a manipula, influenţa sau controla alţi oameni sau evenimente.

Puterea este capacitatea de a manipula, influenţa sau controla alţi oameni sau evenimente[42]. Cu toate acestea, toţi posedăm o anumită doză de putere şi o exercităm ori de cîte ori sîntem în conflict cu alţii. Vom analiza cinci caracteristici ale puterii care ne vor ajuta să înţelegem relaţia sa cu conflictul.

PUTEREA ARE SPECIFIC CONTEXTUAL. Majoritatea tipurilor de putere sînt relevante doar în situaţii specifice. De exemplu, şeful are putere asupra dumneavoastră la serviciu, dar nu are dreptul să vă spună ce să faceţi cînd sînteţi acasă. Influenţa lui asupra dumneavoastră este

restrînsă la mediul de lucru. La fel, medicul are puterea de a vă da recomandări medicale și de a vă prescrie tratamente, dar nu are dreptul să vă dea sfaturi cu privire la gestionarea banilor, educație sau convingeri religioase, deoarece aceste domenii se situează în afara sferei sale de influență. După cum ilustrează astfel de exemple, puterea este restrînsă aproape întotdeauna la anumite sfere sau contexte.

PUTEREA ESTE OMNIPREZENTĂ. Deși puterea are specific contextual, unele forme de putere sînt relevante pentru orice interacțiune interpersonală. Cînd doi oameni au o putere aproximativ egală în relația lor, cum este cazul prietenilor, ei au o **relație simetrică**. În schimb, cînd o persoană are mai multă putere decît alta, ca în relația dintre un profesor și un student, cele două părți au o **relație complementară**. Modul în care interacționează două persoane depinde parțial de caracterul simetric sau complementar al relației lor. De exemplu, în relația cu un prieten puteți spune sau face lucruri pe care nu le-ați spune sau face cu un profesor. Totuși, nu uitați că echilibrul puterii într-o relație se poate modifica în timp. De obicei, părinții și copiii au relații complementare cînd copiii sînt mici, de exemplu, dar pe măsură ce copiii devin adulți relațiile dintre ei devin adesea mai simetrice.

➲ **relație simetrică** O relație dintre părți care au același nivel de putere.

➲ **relație complementară** O relație dintre părți care au niveluri diferite de putere.

Subiect de discuție: În capitolul 5 este prezentat limbajul persuasiv – un alt exemplu important al modului în care puterea și comunicarea sînt interrelaționate.

PUTEREA INFLUENȚEAZĂ COMUNICAREA. Caracterul simetric sau complementar al relației influențează adesea modul în care comunică oamenii. Cu mulți ani în urmă, cercetătorii specializați în comunicare Philip Ericson și L. Edna Rogers au emis ipoteza că puterea relațională se reflectă în trei tipuri specifice de mesaje verbale pe care le folosesc oamenii[43]. Un **mesaj dominator** exprimă dominare și încercarea de a domina relația. Mesajele subminatoare iau adesea forma comenzilor, de exemplu, „Spală vasele", „Trimite-mi raportul pe e-mail" sau „Nu mai face atîta gălăgie". Un **mesaj submisiv** comunică supunerea sau acceptarea capacității de a lua decizii a altei persoane. Astfel de exemple ar fi întrebările „Unde ți-ar plăcea să luăm cina?" și afirmații de consimțire precum „Sînt de acord cu orice ai vrea tu".

În cele din urmă, un **mesaj neutru** nu este nici dominator, nici submisiv, și transmite dorința de a neutraliza controlul din cadrul relației. Adesea, mesajele neutre iau forma unor constatări, de exemplu, „Tata are nevoie de o mașină nouă de tuns iarba" și „Avem de ales dintre multe mărci".

➲ **mesaj dominator** Mesaj verbal prin care vorbitorul încearcă să exercite dominare sau să obțină control asupra ascultătorului.

➲ **mesaj submisiv** Mesaj verbal care reflectă acceptarea puterii altei persoane sau supunerea.

➲ **mesaj neutru** Un mesaj verbal care constă să neutralizeze controlul și puterea relaționale.

Persoanele implicate în relații simetrice comunică adesea folosind aceleași tipuri de mesaje[44]. Ambii pot folosi mesaje dominatoare („Pune cumpărăturile la locul lor", „Le pun cînd am chef"). Ambii pot folosi mesaje submisive („Ai vreo sugestie despre cum ar trebui să mă îmbrac diseară?", „Sînt sigur că orice vei alege va arăta foarte bine"). În cele din urmă, ambii pot folosi mesaje neutre („În oraș sînt atîtea filme bune în seara aceasta", „Sînt și cîteva piese de teatru foarte bune"). În ambele cazuri, comunicarea lor reflectă faptul că nici una dintre părți nu își exercită puterea asupra celeilalte. Citiți caseta „Aveți aptitudini?", pentru a exersa mesajele neutre.

În schimb, persoanele implicate în relații complementare comunică adesea folosind afirmații de tipuri diferite. O persoană folosește un mesaj dominator („Încearcă să cauți online tarifele pentru zboruri"), iar cealaltă poate răspunde printr-un mesaj submisiv („E o idee foarte bună; mulțumesc pentru sugestie"). De asemenea, un partener poate folosi un mesaj submisiv („Ce

să-i cumpărăm bunicii de ziua ei?"), iar cealaltă poate răspunde printr-un mesaj dominator („Să-i luăm cîteva DVD-uri noi"). În relaţiile complementare, mesajele dominatoare sau submisive mai pot precede mesaje neutre. De exemplu, ca reacţie la un mesaj dominator, de exemplu („Cred că ar trebui să mîncăm paste la cină"), un partener poate răspunde printr-un mesaj neutru („Aceasta ar fi o opţiune"). Această replică poate semnala că partenerul respectiv nu vrea să fie dominat sau controlat.

AVEŢI APTITUDINI?

MESAJE NEUTRE

Menţineţi relaţii echilibrate sub aspectul puterii, prin mesajele neutre.

Ce?	**De ce?**	**Cum?**	**Încercaţi!**
Învăţaţi să folosiţi mesajele neutre.	Pentru a contribui la neutralizarea puterii şi controlului în cadrul relaţiilor.	1. Evitaţi afirmaţiile care preiau controlul asupra unor situaţii, ca, de exemplu, „Cred că ar trebui să vedem un film diseară". 2. La fel, evitaţi afirmaţiile care îi conferă altei persoane controlul asupra unei situaţii, ca, de exemplu, „Sînt de acord cu orice vrei să facem". 3. Folosiţi afirmaţii care recunosc aspecte ce vă afectează pe amîndoi, de exemplu, „Avem cîteva opţiuni legate de ceea ce facem diseară".	1. Purtaţi o conversaţie de tip joc de rol cu un frate sau cu un prieten, discutînd ce cadou să-i cumpăraţi tatălui dumneavoastră, cu ocazia pensionării. Permiteţi-i celeilalte persoane să iniţieze conversaţia. 2. Răspundeţi prin mesaje neutre la cît mai multe afirmaţii ale partenerului, indiferent de forma lor. Încercaţi să ajungeţi la un acord cu privire la alegerea cadoului. Inversaţi apoi rolurile şi repetaţi conversaţia.

ANALIZAŢI: ***Cum aţi folosit mesajele neutre în conversaţie, pentru a neutraliza puterea?***

Subiect de discuţie: A fi de acord în relaţia în care există un dezechilibru al puterii nu înseamnă a fi de acord cu tot ce face persoana mai puternică. Cu alte cuvinte, este posibil să nu vă placă fiecare decizie pe care o ia şeful dumneavoastră, dar, continuînd să lucraţi pentru el/ea, sînteţi de acord cu aranjamentul de putere în care el/ea deţine mai multă putere decît dumneavoastră.

PUTEREA POATE FI POZITIVĂ SAU NEGATIVĂ. Puterea nu este bună sau rea în sine. Mai degrabă, ca în cazul conflictului, modul în care oamenii gestionează puterea o face să fie pozitivă sau negativă. Chiar şi relaţiile complementare în care există o diferenţă amplă de putere pot fi foarte satisfăcătoare, dacă întrunesc două condiţii. În primul rînd, cele două părţi trebuie să fie de acord cu privire la distribuţia puterii. Dacă persoana mai puţin puternică începe să pună sub semnul întrebării sau să conteste puterea celeilalte persoane (ca în cazul în care adolescenţii îşi proclamă independenţa de părinţi), relaţia dintre ei poate deveni nesatisfăcătoare. În al doilea rînd, persoana puternică ar trebui să-şi exercite puterea în mod etic şi responsabil, în moduri benefice pentru ambele părţi. Cînd o parte implicată în relaţie abuzează de putere, satisfăcîndu-şi doar necesităţile şi dorinţele personale sau îmbunătăţindu-şi situaţia, în detrimentul celeilalte părţi, pot să apară resentimente şi insatisfacţii.

PUTEREA ŞI CONFLICTUL SE INFLUENŢEAZĂ RECIPROC. În centrul lor, multe conflicte sînt lupte pentru putere. Fraţii care se ceartă pentru controlul asupra telecomenzii televizorului, vecinii care se ceartă din cauza delimitărilor proprietăţilor şi şoferii care se ceartă pentru puţinele spaţii de parcare, toate aceste exemple sînt dispute pentru putere: Cine are dreptul să controleze resursele?

La fel cum puterea influenţează conflictele, şi conflictul poate influenţa echilibrul şi exercitarea puterii. Să presupunem că, după ce Shawn împlineşte 15 ani, are un conflict cu părinţii privind regulile casei. În consecinţă, părinţii îi dau voie să vină mai tîrziu acasă şi devin mai flexibili în deciziile privind unde anume merge şi cu cine. Această evoluţie – consecinţa conflictului dintre Shawn şi părinţi – a modificat echilibrul puterii în relaţia părinţi-copil, în sensul că Shawn a dobîndit un control sporit asupra existenţei sale.

Pînă acum, am discutat despre putere ca şi cum ar fi o entitate singulară. De fapt, puterea este de mai multe tipuri, după cum vom vedea în continuare.

Tipuri de putere

Oamenii exercită influenţă şi control asupra altora în multe feluri. Într-un studiu devenit clasic, specialiştii în psihologie socială John French şi Bertram Raven clasifică puterea în cinci tipuri specifice : recompensatoare, coercitivă, referenţială, legitimă şi de expert[45]. Vom analiza mai amănunţit aceste tipuri ; totodată, nu uitaţi că ele nu se exclud reciproc, ci mai degrabă o persoană poate exercita multiple tipuri de putere într-o anumită situaţie.

PUTEREA RECOMPENSATOARE. După cum implică numele, **puterea recompensatoare** operează atunci cînd o parte are capacitatea de a o recompensa pe cealaltă într-un anumit fel. De exemplu, şeful dumneavoastră are putere asupra dumneavoastră, deoarece vă plăteşte şi vă poate promova dacă faceţi ceea ce spune. În acest caz, recompensele sînt salariul şi posibilitatea avansării. La fel, membrii juriului de la emisiuni de descoperit talente, ca, de exemplu, *Dansez pentru tine* sau *American Idol* deţin putere recompensatoare, deoarece ei decid cine merge mai departe în aceste concursuri.

➲ **putere recompensatoare** Putere care derivă din capacitatea de a recompensa.

PUTEREA COERCITIVĂ. Puterii recompensatorii i se opune **puterea coercitivă**, care derivă din capacitatea de a pedepsi. De exemplu, dacă sînteţi convocat la tribunal, judecătorul are putere pentru că poate pedepsi prin amenzi sau detenţie, dacă nu faceţi aşa cum spune. Adesea, părinţii şi angajatorii deţin atît puterea recompensatoare, cît şi puterea coercitivă asupra copiilor, respectiv angajaţilor ; ei pot oferi recompense pentru comportamentele pozitive şi pot aplica pedepse pentru comportamentele negative.

➲ **putere coercitivă** Putere bazată pe capacitatea de a pedepsi.

Etica în prim-plan: Cînd anume utilizarea puterii coercitive este lipsită de etică?

➲ **putere referenţială** Putere care derivă din atracţia sau admiraţia faţă de altă persoană.

Mulţi dintre noi tind să se supună cerinţelor şi solicitărilor emise de persoane pe care le simpatizăm, le admirăm sau le considerăm atrăgătoare. Acest tip de putere este numit de French şi Raven putere referenţială.

PUTEREA REFERENŢIALĂ. French şi Raven a folosit termenul **putere referenţială** pentru a desemna puterea de atracţie, observînd că oamenii tind să se supună solicitărilor făcute de cei pe care îi simpatizează, îi admiră sau îi consideră atrăgători într-un anumit fel. De exemplu, poate că recunoaşteţi că depuneţi eforturi mai mari la materiile predate de profesorii pe care îi simpatizaţi decît la cele predate de unii pe care nu îi simpatizaţi. La fel, puteţi fi convinşi să cumpăraţi produse promovate de celebrităţi pe care le admiraţi. Poate că preferaţi cosmeticele Revlon pentru că vă place Halle Berry sau vă plac sendvişurile Subway, deoarece îl admiraţi pe Michael Phelps. Aceste exemple implică relaţii complementare. De asemenea, puterea referenţială poate opera totuşi şi în relaţiile simetrice. De exemplu, vă puteţi supune solicitărilor prietenilor dumneavoastră pentru că îi simpatizaţi şi vreţi să-i mulţumiţi.

PUTEREA LEGITIMĂ. Oamenii exercită o **putere legitimă** cînd statutul sau poziţia lor le conferă dreptul de a emite solicitări cărora ceilalţi trebuie să le dea curs. Dacă un poliţist vă face semn să trageţi pe dreapta, vă supuneţi, deoarece percepeţi că acesta are dreptul legitim de a vă cere acest lucru. Cînd călătoriţi cu avionul, respectaţi instrucţiunile de pe ecranele din aeroport, cele ale stewardeselor şi ale piloţilor, pentru că percepeţi că poziţia lor le conferă o anumită autoritate asupra dumneavoastră, în contextul respectiv.

putere legitimă Putere bazată pe statutul sau poziţia legitimă a cuiva.

PUTEREA DE EXPERT. Ultimul tip de putere de pe lista lui French şi Raven este **puterea de expert**, care operează atunci cînd ne supunem indicaţiilor persoanelor pe care le percepem ca fiind experte într-un anumit domeniu. Urmăm sfatul unui medic, profesor, broker sau electrician pentru că recunoaştem că pregătirea şi experienţa lor le conferă expertiza pe care noi nu o avem. În filmul *The King's Speech* (*Discursul regelui*, 2010), terapeutul Lionel Logue (interpretat de Geoffrey Rush) îşi exercită puterea de expert în timp ce îl ajută pe regele Marii Britanii, George al VI-lea (interpretat de Colin Firth) să-şi depăşească bîlbîitul stînjenitor. Asemenea altor tipuri de putere, puterea de expert este specifică unui context. De exemplu, apelaţi la brokerul dumneavoastră pentru consultanţă financiară, dar nu l-aţi întreba cum să vă reparaţi chiuveta, pentru că acest aspect se situează în afara expertizei sale.

putere de expert Putere care derivă din expertiza, talentul, pregătirea, informaţiile de specializate sau experienţa cuiva.

După cum am observat mai devreme, diverse tipuri de putere se manifestă uneori concomitent. Am văzut că părinţii deţin atît putere recompensatoare, cît şi putere coercitivă asupra copiilor, de exemplu, dar ei deţin adesea şi alte tipuri de putere. Deţin putere referenţială, în cazul în care copiii li se supun din respect sau admiraţie ; deţin putere legitimă, cînd exercită control pe baza poziţiei lor („Pentru că eu sînt mama ta, de asta ! "). Nu în ultimul rînd, deţin putere de expert cînd îşi învaţă copiii să şofeze sau să verifice un extras de cont. Secţiunea „Pe scurt" vă ajută să vă amintiţi pe scurt cele cinci tipuri de putere identificate de French şi Raven.

Subiect de discuţie: Puterea de expert este probabil cea mai influentă în culturile cu o distribuţie redusă a puterii, în care experţii sînt trataţi cu un respect mai mare decît în culturile cu o distribuţie amplă a puterii.

PE SCURT • TIPURILE DE PUTERE RELAŢIONALĂ IDENTIFICATE DE FRENCH ŞI RAVEN

Puterea recompensatoare • Puterea bazată pe capacitatea de recompensă pentru supunere
Puterea coercitivă • Putere bazată pe capacitatea de a pedepsi pentru nesupunere
Puterea referenţială • Putere bazată pe simpatie, admiraţie şi atracţie faţă de partea mai puternică
Putere legitimă • Putere bazată pe un drept sau o poziţie acordate pe drept
Putere de expert • Putere bazază pe cunoştinţe speciale, pregătire, experienţă şi/sau expertiză

Sex, gen şi putere

Puţini factori influenţează experienţa puterii mai mult decît sexul şi genul. În toate culturile şi perioadele de timp, societăţile au definit relaţiile dintre bărbaţi şi femei îndeosebi în termenii puterii bărbaţilor asupra femeilor. Practica aproape universală a *patriarhatului*, care structurează unităţile sociale precum familiile şi comunităţile astfel încît bărbaţii controlează resursele, le-a permis bărbaţilor, de-a lungul istoriei, să-şi exercite puterea politică, religioasă şi economică asupra femeilor[46]. În consecinţă, femeile au beneficiat de-a

Subiect de discuţie: În pofida a ceea ce au auzit sau au fost învăţaţi studenţii, cercetătorii încă nu au descoperit nici măcar o societate care să fie matriarhală în mod legitim. Patriarhatul este practic universal, ca principiu de organizare a societăţilor.

lungul istoriei de un acces mai limitat la educaţie, de o îngrijire a sănătăţii de calitate inferioară, de mai puţine oportunităţi economice şi de o implicare politică mai limitată[47].

Aceste inechităţi persistă în multe zone ale lumii, inclusiv în Statele Unite. Conform Organizaţiei Naţiunilor Unite, doar 16,8% dintre reprezentanţii politici aleşi în SUA sînt femei. În întreaga lume, numărul este doar puţin mai mare: 18,4%[48]. Femeile şi bărbaţii sînt angajaţi în procente egale în mai puţin de jumătate din ţările lumii, iar egalitatea din punct de vedere al alfabetismului există în doar o treime dintre ţări. În cele din urmă, în marea majoritate a ţărilor, femeile cîştigă mai puţin de 70% decît bărbaţii care ocupă posturi similare[49].

Rolurile tradiţionale de gen consolidează diviziunea inechitabilă a puterii între femei şi bărbaţi. După cum am văzut în capitolul 2, feminitatea stereotipică evidenţiază caracteristici precum pasivitatea, supunerea şi îngăduinţa, în timp ce masculinitatea stereotipică apreciază puterea, controlul şi dominaţia. În măsura în care bărbaţii şi femeile se identifică intens cu rolurile de gen masculine şi feminine, distribuţia inechitabilă a puterii poate fi reflectată în comportamentul lor interpersonal. De exemplu, bărbaţii pot considera de la sine înţeles faptul că ceea ce spun la serviciu sau acasă va conta pentru cei din jurul lor. De asemenea, îşi pot exprima dominarea prin agresivitate verbală, folosind cuvinte pentru a-i ataca sau pentru a-i umili pe cei din jur[50]. În schimb, dacă femeile deţin sau percep că deţin mai puţină putere decît bărbaţii, pot fi mai puţin înclinate să presupună că alţi oameni le vor lua cuvintele sau ideile în serios[51]. De asemenea, ele pot fi înclinate să-şi exercite puterea în moduri mai mascate, de exemplu, prin comportamente pasiv-agresive.

În viaţa de zi cu zi: Conform Organizaţiei Naţiunilor Unite, aproape 40 de ţări în curs de dezvoltare din întreaga lume se pot lăuda cu un procent mult mai mare de figuri politice feminine decît Statele Unite.

Pe măsură ce femeile ajung să ocupe poziţii de putere şi influenţă, inegalităţile dintre genuri sub aspectul puterii s-au mai erodat. Începînd din 2011, cîteva naţiuni aveau o femeie drept şef de stat, inclusiv Liberia, Germania, Islanda, Costa Rica şi Brazilia (tabelul 11.1). În guvernul SUA, femeile şi-au asumat poziţii de putere lipsite de precedent în ultimele trei decenii, inclusiv cea de secretar de stat (Condoleeza Rice, Hillary Clinton), purtător de cuvînt al Camerei Reprezentanţilor (Nancy Pelosi) şi Secretar al Departamentului Securităţii Statului (Janet Napolitano).

Tabelul 11.1. Ţări în care şefii de stat sînt femei

Ţara	Şef de stat	Titlu
Argentina	Christina Fernández de Kirchner	Preşedinte
Brazilia	Dilma Vana Linhares Rousseff	Preşedinte
Costa Rica	Laura Chinchilla Miranda	Preşedinte
Finlanda	Tarja Halonen	Preşedinte
Germania	Angela Merkel	Cancelar
Islanda	Jóhanna Sigurđardóttir	Prim-ministru
India	Pratibha Patil	Preşedinte
Irlanda	Mary McAleese	Preşedinte
Kirghistan	Roza Otunbaieva	Preşedinte
Liberia	Ellen Johnson-Sirleaf	Preşedinte
Lituania	Dalia Grybauskaitė	Preşedinte
Elveţia	Micheline Calmy-Rey	Preşedinta Confederaţiei Elveţiene

Notă: Acest tabel include şefii de stat aleşi şi numiţi, dar exclude monarhii. Informaţiile datează din ianuarie 2011.

Oamenii care au studiat asocierea dintre conflict şi sănătate au concluzionat că puterea îi afectează în mod diferit pe bărbaţi şi pe femei. Într-un studiu, o echipă de cercetători conduşi

de profesorul de ecologie umană Timothy Loving a folosit o abordare nouă în măsurarea relaţiilor de putere în cuplurile căsătorite[52]. Cercetătorii au selectat 72 de cupluri şi au instruit fiecare soţ să facă evaluări indicînd cît de mult îl iubesc pe celălalt. Apoi au verificat potrivirile dintre răspunsurile soţilor. Pentru a determina puterea relativă a soţilor, cercetătorii au aplicat *principiul interesului mai redus*. Conform acestui principiu, partenerul care investeşte mai puţin în relaţie este partenerul cel mai puternic, deoarece are mai puţin de pierdut dacă părăseşte relaţia[53].

În studiul lor, cercetătorii au folosit iubirea drept etalon de măsurare a investiţiei. Dacă soţia şi soţul raportau scoruri relativ egale cînd îşi evaluau iubirea, cercetătorii considerau că deţin o putere egală. Cînd scorul soţului era semnificativ mai mare decît cel al soţiei, cercetătorii concluzionau că soţia deţinea mai multă putere. Invers, cînd scorul iubirii femeii era semnificativ mai mare decît cel al bărbatului, bărbatul era mai puternic.

Cercetătorii au cerut apoi fiecărui cuplu să aibă o conversaţie conflictuală, în timp ce monitorizau nivelurile de stres ale tuturor participanţilor. Rezultatele au indicat că o căsătorie echilibrată din punct de vedere al puterii este benefică pentru femei şi bărbaţi, protejîndu-i de creşterea nivelului hormonului de stres ACTH. Acelaşi tipar era observat în căsătoriile în care soţia era considerată mai puternică. Totuşi, în căsătoriile în care soţul era considerat mai puternic, nivelurile hormonului de stres ACTH la femei creşteau semnificativ, indicînd un stres sporit. În cadrul aceluiaşi grup însă nivelurile de ACTH ale bărbaţilor scădeau semnificativ, indicînd un stres redus.

Prin urmare, pe scurt, bărbaţii nu manifestau nici o creştere a stresului, drept consecinţă a conflictelor maritale, în nici o circumstanţă. În plus, cînd bărbaţii se certau cu soţii care deţineau mai puţină putere, nivelul lor de stres de fapt scădea. O posibilă explicaţie a acestor rezultate este faptul că, din perspectivă istorică, bărbaţii au deţinut puterea în societate şi în relaţii, drept pentru care este posibil ca, în mod subconştient, să nu perceapă conflictul marital ca fiind ameninţător şi stresant, chiar şi în cazul în care deţin mai puţină putere în relaţia respectivă.

Asemenea bărbaţilor, femeile nu manifestau un stres sporit drept consecinţă a conflictului, cînd aveau o putere egală cu a soţului sau mai mare. Totuşi, spre deosebire de bărbaţi, reacţionau prin stres la conflicte, cînd deţineau mai puţină putere decît bărbaţii. Din cauza poziţiei lor de inferioritate sub aspectul puterii, soţiile din studiu se simţeau probabil mai ameninţate şi mai nesigure drept consecinţă a conflictului, fapt care cauza creşterea nivelului de stres. ACTH este singurul hormon care reacţionează la stres, totuşi; prin urmare, rezultatele ar fi putut fi diferite dacă cercetătorii ar fi utilizat alţi indicatori ai stresului.

Subiect de discuţie: ACTH (hormonul adrenocorticotropic) este un hormon de stres produs de glanda suprarenală.

Conect@ţi-vă

PUTERE SOCIALĂ, ÎN STIL TWITTER

Studenţii din Marea Britanie – supăraţi de majorările mari ale taxelor – au decis să-şi exercite puterea protestului. La sfîrşitul anului 2010, cîteva mii de studenţi au ieşit pe străzile Londrei şi ale altor oraşe britanice pentru a-şi face vocile auzite. Dîndu-şi seama că exercitarea puterii necesita organizare, studenţii au exploatat tehnologia networkingului social pentru a-şi coordona eforturile. Iată cum au procedat:

- *Facebook i-a ajutat să se adune.* Studenţii lideri au făcut cunoscute marşurile de protest şi ocuparea clădirilor universităţilor pe Facebook, pentru a ajunge la un public larg.
- *Site-ul Twitter i-a ajutat să distribuie informaţiile.* Participanţii au folosit site-ul Twitter pentru a actualiza informaţii referitoare la marşuri şi la ocupaţii, din minut în minut.

- *Aplicația Google maps i-a ajutat să scape de poliție.* În timpul unui marș la Londra în decembrie 2010, voluntarii au creat cu ajutorul aplicației Google map o hartă cu activitatea poliției, pentru a-i ajuta pe protestatari să se ferească de autorități.

Tehnologiile rețelelor sociale online oferă o capacitate lipsită de precedent de a comunica cu un număr mare de oameni în timp real. Profitînd de această posibilitate, studenții britanici au reușit să-și exercite puterea într-un mod organizat, eficient.

Cultură și putere

Practicile și convingerile culturale influențează și modul în care oamenii își exercită puterea în relațiile personale. Vă amintiți din capitolul 2 că o dimensiune a diferențelor dintre culturi este distanța dintre persoanele care dețin puterea. Culturile cu o distribuție redusă a puterii sînt caracterizate printr-o distribuție inegală a acesteia. În culturile respective, anumite grupuri sociale – de exemplu, familia regală, clasa de mijloc și partidul politic aflat la putere – au o putere considerabil mai mare decît cetățeanul mediu. În plus, persoanele din culturile cu o distanță ierarhică mare sînt condiționate social să considere distribuția inegală a puterii drept normală sau cel puțin dezirabilă. Cetățenii din clasa superioară sînt tratați cu respect și sînt privilegiați, iar cetățenii cu statut inferior sînt învățați să se comporte umil[54]. În particular, se așteaptă de la cetățenii cu statut inferior să nu pună sub semnul întrebării sau să conteste deciziile, opiniile sau indicațiile clasei dominante. Cînd toate grupurile sociale acceptă acest aranjament, atunci societatea poate evita multe conflicte potențiale[55]. Un exemplu al acestui tip de diviziune a puterii este sistemul de caste din India, în care oamenii sînt născuți în grupuri sociale sau *caste* care dictează în mare măsură cu cine se pot asocia.

În schimb, culturile cu distanță ierarhică mică manifestă o distribuție mai egală a puterii între grupurile sociale. Deși unele grupuri sociale pot avea oarecum mai multă putere decît altele, convingerea dominantă a cetățenilor este că toți oamenii sînt inerent egali și că diferențele de putere dintre grupuri ar trebui să fie mici. O consecință a acestei convingeri culturale este faptul că oamenii din culturile cu o distanță ierarhică mică au o tendință mai mare decît cei din culturile cu distanță ierarhică mare de a contesta autoritatea și de a se implica în conflicte cu profesorii, șefii, politicienii și alte persoane care exercită putere asupra lor.

O altă diferență constă în faptul că oamenii din culturile cu distanță ierarhică mică cred adesea că dețin un control mai mare asupra desfășurării existenței lor. În timp ce oamenii din culturile cu distanță ierarhică mare sînt condiționați social să creadă că apartenența la clasa lor socială le determină cursul existenței, multe persoane din culturile cu distanță ierarhică mică sînt condiționați social să creadă că pot realiza orice își pun în minte. De exemplu, în Statele Unite, există multe exemple de oameni precum Bill Clinton și Oprah Winfrey care au ajuns să ocupe poziții cu o mare influență și putere, pornind de la o condiție modestă. După cum observa cîndva politicianul Adlai Stevenson, fost ambasador al SUA la Organizația Națiunilor Unite, „în America oricine poate deveni președinte".

În sistemul de caste din India, oamenii se nasc în grupuri sociale care dictează în mare parte cu cine se pot asocia.

Subiect de discuție: Ce grupuri sociale din Statele Unite au mai multă putere decît cetățeanul mediu? Ce formă (forme) de putere generează ele?

În măsura în care cred că clasa lor socială nu le dictează existența, persoanele din culturile cu distanță ierarhică mică pot tinde într-o măsură mai mare să se implice în conflicte cu orice persoană pe care o percep ca fiind opresivă, în comparație cu persoanele din culturile cu distanță ierarhică mare. După cum este descris în caseta „Conectați-vă" de pe pagina precedentă, studenții din Marea Britanie au făcut exact acest lucru în 2010, cînd au folosit tehnologia rețelelor sociale online pentru a organiza proteste împotriva guvernului.

ÎNVĂȚAȚI Care este diferența dintre o relație simetrică și una complementară? Care sînt cele cinci tipuri de putere postulate de French și Raven? Cum influențează mesajele culturale exercițiul puterii?

APLICAȚI Conflictele care par să fie despre un lucru, de exemplu ce anume ar trebui urmărit la televizor, vizează adesea puterea, adică cine anume decide ce să se urmărească la televizor. Data viitoare cînd aveți un conflict cu cineva, analizați conflictul ca să identificați lupta pentru putere pe care o implică. Cînd luați decizii cu privire la felul în care să comunicați în timpul conflictului, încercați să recunoașteți lupta fundamentală pentru putere și nu numai subiectul evident al dezacordului. De asemenea, observați cum lupta pentru putere poate fi diferită în relațiile simetrice, în opoziție cu cele complementare. Notați ceea ce aflați sub forma unei însemnări de tip jurnal.

REFLECTAȚI Cînd considerați că exercițiul puterii este pozitiv? Cine deține o putere referențială asupra dumneavoastră?

4. Gestionarea conflictului interpersonal

Există la fel de multe modalități de gestionare a conflictului cîte subiecte posibile de controversă. Cînd vă confruntați cu un conflict în relațiile dumneavoastră personale, trebuie să decideți cum le gestionați și cum le rezolvați. Uneori vă alegeți în mod înțelept comportamentul, alteori faceți alegeri proaste, dar acțiunile dumneavoastră au aproape întotdeauna un efect asupra relațiilor dumneavoastră. La începutul acestei secțiuni, vom analiza cîteva comportamente deosebit de problematice în timpul conflictelor. Vom analiza apoi cinci strategii generale pe care le puteți folosi pentru a gestiona cu succes conflictul.

Comportamente problematice în timpul conflictului

Mai devreme, pe parcursul acestui capitol, am descoperit că nu conflictul în sine este dăunător pentru relațiile noastre; mai degrabă modul în care gestionăm conflictul contează. Dacă unii parteneri relaționali gestionează conflictul într-un mod matur și constructiv, alții îl gestionează atît de ineficient încît pun în pericol relația. Care comportamente sînt cele problematice?

Pentru a afla acest lucru, psihologul John Gottman a petrecut mulți ani studiind cum interacționează soții și partenerii în timpul perioadelor conflictuale. Înțelepciunea convențională ar sugera că acele cupluri care se ceartă frecvent au cele mai mari șanse să se despartă. De fapt, studiile lui Gottman relevă altceva. Conform lui Gottman, *felul în care se ceartă cuplurile*, și nu frecvența cu care se ceartă le anticipează șansele de a rămîne împreună[56]. Cercetările lui Gottman au identificat patru comportamente specifice care constituie semnale de avertizare ale separării sau divorțului: criticile, disprețul, atitudinea defensivă și blocarea. Gottman se referă la aceste comportamente drept „cei patru călăreți ai Apocalipsei", pentru a indica faptul că semnalează probleme[57]. Să analizăm mai îndeaproape fiecare dintre aceste comportamente problematice.

Observații despre materiale media: Un material video în care se discută studiile de laborator ale lui John Gottman cu cupluri este disponibil la http://www.youtube.com/watch?v=QEnVSrCCSw4

Criticile. Conform lui Gottman, primul semnal de avertizare survine atunci cînd partenerii apelează la **critici** sau la exprimarea nemulțumirilor cu privire la celălalt. Criticile nu sînt întotdeauna rele, dar devin negative cînd se axează pe personalitatea sau pe caracterul oamenilor, mai degrabă decît pe comportamentul lor. Afirmații precum „Întotdeauna

➲ **critică** Exprimarea nemulțumirilor cu privire la altă persoană.

trebuie să ai tu dreptate" şi „Niciodată nu mă asculţi" se axează pe atacarea persoanei şi atribuirea vinovăţiei.

De asemenea, criticile tind să fie afirmaţii globale cu privire la valoarea sau virtutea unei persoane, în loc de critici specifice cu privire la subiectul conflictului. În loc să spună „Ar trebui să fii mai atent cînd îţi descriu ceea ce simt", de exemplu, un partener supărat poate spune „Nu te gîndeşti niciodată la nimeni, doar la tine însuţi". Deoarece criticile sînt considerate atît de des atacuri personale, nu descrieri clare ale surselor conflictului, ele tind să agraveze situaţiile conflictuale. În acel punct, criticile devin un indiciu al unei relaţii deficitare.

Subiect de discuţie: Critica „bună" se axează pe conţinutul problemei („De obicei uiţi să duci gunoiul"). Critica „rea" se axează pe caracterul persoanei („Eşti atît de leneş!").

Exprimarea dispreţului este unul dintre comportamentele negative pe care partenerii relaţionali le pot efectua în timpul conflictului.

De asemenea, criticile pot fi dăunătoare cînd partenerii *deşartă sacul* – adică îşi „adună" în secret nemulţumirile din trecut şi apoi le comunică pe toate la un loc[58]. Cînd Enrique îşi critica soţia, pe Sonja, pentru că cheltuia prea mulţi bani pe hainele pentru şcoală ale copiilor, Sonja îi răspundea criticîndu-l pentru greşelile lui anterioare despre care nu mai discutase cu el în trecut. „Crezi că *eu sînt* cheltuitoare?", a replicat ea. „Cum rămîne cu toţi banii pe care i-ai cheltuit pe excursia aceea stupidă de pescuit, anul trecut? Şi, dacă tot vorbim despre asta, să nu crezi că nu am observat că ai transferat banii aceia din contul nostru de economii, luna trecută, fără să mă întrebi. Pe ce i-ai cheltuit? Pe o altă lucrare de artă cu preţ exagerat, pentru biroul tău? Te aştepţi să am grijă cum cheltuiesc banii, în timp ce tu îi risipeşti de cînd ne-am căsătorit!"

Fiecare dintre nemulţumirile Sonjei ar putea fi întemeiate. Cu toate acestea, reacţia ei la critica adusă de Enrique este neproductivă. Formulîndu-şi toate criticile dintr-odată, Sonja distrage atenţia de la conflictul actual, cu rezultatul posibil ca acesta să rămînă nerezolvat.

DISPREŢUL. Un al doilea semnal de avertizare survine atunci cînd partenerii manifestă **dispreţ** unul faţă de celălalt, insultîndu-se şi atacînd valoarea celuilalt. Acest comportament poate include poreclele („Prostule!"), folosirea sarcasmului sau a batjocurii pentru a ridiculiza cealaltă persoană sau folosirea comportamentelor nonverbale care sugerează o opinie nemăgulitoare despre cealaltă persoană, de exemplu, datul ochilor peste cap sau zîmbetul zeflemisitor. Mai poate include şi ridiculizarea persoanei respective în faţa celorlalţi şi încurajarea altora să facă la fel.

➲ **dispreţ** Exprimarea insultelor şi atacurilor la adresa valorii altcuiva.

Indiferent de forma sa, dispreţul are rolul de a intimida şi de a umili cealaltă persoană. Studiile arată că reacţionarea la un conflict prin acest tip de comportament ostil accentuează adesea stresul fizic al partenerilor, fapt ce le poate afecta sănătatea[59].

ATITUDINEA DEFENSIVĂ. Un al treilea semnal de pericol este faptul că partenerii devin defensivi în timpul conflictului. **Atitudinea defensivă** înseamnă a te considera victimă şi a nega responsabilitatea pentru propriile comportamente. În loc să asculte preocupările partenerilor şi să admită că trebuie să schimbe anumite comportamente, persoanele defensive se plîng („Nu e drept!"), se scuză („Nu este vina mea!") şi reacţionează la nemulţumiri prin nemulţumiri („Poate cheltuiesc prea mulţi bani, dar tu nu-ţi faci niciodată timp pentru copii şi pentru mine"). Oamenii au tendinţa de a adopta o atitudine defensivă faţă de critici atunci cînd recunosc că acestea sînt fondate, dar nu vor să accepte responsabilitatea de a-şi schimba comportamentele.

➲ **atitudine defensivă** Tendinţă de a nega validitatea criticilor aduse sinelui.

În viaţa de zi cu zi: Întrebaţi-vă studenţii cînd anume manifestă o atitudine defensivă faţă de critici, în viaţa de zi cu zi.

Blocarea. Ultimul dintre cei patru „călăreţi ai Apocalipsei" indentificaţi de Gottman este **blocarea** sau retragerea dintr-o conversaţie sau interacţiune. Oamenii care apelează la blocare se comportă adesea ca şi cum s-ar „închide" ; cu alte cuvinte, nu-şi mai privesc partenerii, încetează să mai vorbească şi să răspundă la ceea ce spun partenerii. În unele cazuri, părăsesc chiar camera, pentru a pune capăt conversaţiei. Motivul plecării lor nu este calmarea, care ar putea fi o strategie eficientă. Mai degrabă, vor să încheie complet conversaţia.

Studiile lui Gottman au sugerat că oamenii apelează la blocaj cînd se simt *copleşiţi* din punct de vedere emoţional şi psihologic sau sînt incapabili să mai continue conversaţia. Din păcate, cînd unul dintre parteneri apelează la blocaj, rezolvarea dezacordurilor cuplului devine aproape imposibilă. De asemenea, studiile au arătat că atunci cînd soţii apelează la blocaj în timpul unui conflict, soţiile manifestă adesea o creştere semnificativă a nivelurilor de cortizol şi noradrenalină, hormoni de stres[60].

blocare Retragerea dintr-o conversaţie sau dintr-o interacţiune.

Gottman a descoperit că oamenii apelează la blocaj atunci cînd se simt copleşiţi din punct de vedere emoţional şi psihologic.

Etica în prim-plan: Cercetările extinse ale lui Gottman i-au oferit capacitatea de a anticipa cu un mare grad de acurateţe probabilitatea ca un cuplu să divorţeze, după ce urmăreşte doar cîteva minute din conversaţiile lor conflictuale. Este etic din partea lui să le comunice partenerilor că el consideră că probabil vor divorţa? Este lipsit de etică *să nu* le spună?

Strategii de gestionare cu succes a conflictelor

Conform studiilor lui Gottman, criticile, manifestările dispreţuitoare, atitudinea defensivă şi blocarea nu sînt modalităţi productive de gestionare a conflictelor. Deoarece nu puteţi evita conflictele, ce alternative aveţi pentru a-l gestiona în mod adecvat? Conform cercetătorilor Robert Blake şi Jane Mouton, opţiunile privind gestionarea conflictelor se bazează pe două dimensiuni fundamentale: preocuparea pentru propriile dumneavoastră necesităţi şi dorinţe şi preocuparea pentru nevoile şi dorinţele celeialte părţi implicate[61]. Reprezentate pe un grafic (figura 11.2), aceste dimensiuni generează cinci strategii principale de implicare în conflict: competiţia, evitarea, tolerarea, compromisul şi colaborarea.

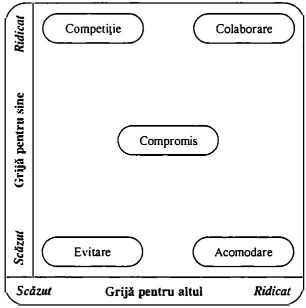


Figura 11.2. Cînd grija pentru sine şi grija pentru altul sînt juxtapuse, acestea generează cinci strategii de implicare în conflict: competiţia, evitarea, tolerarea, colaborarea şi compromisul.

În timp ce vom analiza fiecare dintre aceste strategii în secţiunea de faţă, nu uitaţi că, în sine, conflictul nu este nici inerent pozitiv, nici inerent negativ, ci mai degrabă neutru. Ceea ce determină dacă este bun sau rău este strategia pe care o adoptaţi pentru a-l gestiona. Unele dintre aceste strategii pe care le vom prezenta vi se vor părea mai constructive decît altele, dar nici una dintre ele nu constituie alegerea adecvată în orice situaţie. În schimb, într-un anumit context, orice strategie poate fi opţiunea cea mai bună.

COMPETIŢIA. Stilul **competiţiei** dezvăluie o preocupare intensă pentru propriile dumneavoastră nevoi şi dorinţe şi o preocupare redusă pentru nevoile şi dorinţele celeilalte părţi implicate. Scopul dumneavoastră este să cîştigaţi conflictul, iar cealaltă persoană să piardă. O astfel de abordare a conflictului seamănă mult cu jocul de fotbal. Nu există „remize" – victoria unei echipe înseamnă că echipa cealaltă pierde.

➲ **competiţie** Strategie de gestionarea conflictului prin care scopul uneia dintre părţi este să cîştige, iar cealaltă să piardă.

Cînd adoptaţi stilul de conflict axat pe competiţie, urmăriţi scopul ca dumneavoastră să cîştigaţi, iar cealaltă parte implicată să piardă.

Stilul competitiv poate fi adecvat în situaţii unde există un rezultat concret care nu poate fi împărţit, de exemplu, cînd două persoane concurează pentru acelaşi loc de muncă. De asemenea, competiţia continuă poate consolida relaţiile, atît timp cît partenerii relaţionali consideră competiţia un aspect mai degrabă pozitiv decît negativ al relaţiei lor[62]. Competiţia devine problematică atunci cînd începe să genereze resentimente sau dorinţa de răzbunare pe cealaltă persoană[63].

EVITAREA. O abordare foarte diferită a conflictului este stilul **evitării**, care implică o preocupare redusă atît pentru sine, cît şi pentru ceilalţi. Adoptarea acestui stil înseamnă ignorarea conflictului şi speranţa că va dispărea de la sine. Dacă blocarea înseamnă retragerea din conversaţie în mijlocul unui episod conflictual, evitarea înseamnă neimplicarea în conflict încă de la început. Totuşi, adesea, conflictele evitate pur şi simplu se agravează.

➲ **evitare** Strategie de gestionare a conflictului care implică ignorarea acestuia sau incapacitatea de a-l gestiona.

Subiect de discuţie: În timp ce discutaţi fiecare strategie, cereţi-le studenţilor să dea exemple de situaţii în care ar fi preferabilă această strategie.

Unii oameni aleg evitarea din cauză că nu se simt bine dacă se implică în conflict; alţii o aleg pentru că nu le pasă suficient de mult de rezultatul conflictului, ca să se mai preocupe de el. Evitarea conflictului nu este întotdeauna o alegere greşită; mulţi oameni din relaţiile satisfăcătoare aleg să ignore sau să evite anumite motive de discordie, pentru a menţine armonia[64]. Totuşi, cînd evitarea devine principala modalitate de gestionare a conflictelor, unele conflicte importante rămîn adesea nerezolvate, situaţie care generează insatisfacţie în relaţii[65].

TOLERAREA. **Tolerarea** este opusul competiţiei. Acest stil implică demonstrarea unei preocupări profunde pentru cealaltă parte, dar o preocupare redusă pentru sine. În stilul tolerant, scopul dumneavoastră este să vă sacrificaţi, astfel încît cealaltă parte implicată să cîştige, iar dumneavoastră să pierdeţi. Unii oameni recurg la tolerare pentru a „menţine pacea" în relaţiile lor. Această strategie poate da rezultate bune pe termen scurt. Pe termen lung, tolerarea continuă a celeilalte părţi implicate poate cauza resentimente.

➲ **tolerare** Strategie de gestionare a conflictelor care implică cedarea la nevoile şi dorinţele celeilalte persoane, subordonîndu-le pe cele proprii.

Subiect de discuţie: Rolurile de gen pot avea influenţă asupra tolerării, deoarece a pune nevoile celorlalţi mai presus de cele proprii constituie o caracteristică a rolului tradiţional feminin.

Cultura joacă un rol important în folosirea strategiei de tolerare. În societăţile colectiviste (de exemplu, în multe societăţi asiatice), tolerarea ca reacţie la conflict este adesea de aşteptat şi este considerată o dovadă de respect, de nobleţe[66]. În schimb, oamenii din societăţile individualiste (de exemplu, din Statele Unite) pot fi consideraţi slabi sau „fără coloană vertebrală", dacă îi tolerează în permanenţă pe alţii.

COMPROMISUL. **Compromisul** implică o preocupare moderată pentru nevoile şi dorinţele celorlalţi. În cadrul acestei strategii, ambele părţi renunţă la ceva, cu scopul de a obţine ceva. Nici una dintre părţi nu obţine exact ceea ce vrea, dar toate părţile părăsesc conflictul după ce au obţinut ceva valoros.

➲ **compromis** Strategie de gestionare a conflictelor în care ambele părţi renunţă la ceva ce îşi doresc, pentru ca ambele să primească ceva ce îşi doresc.

Să presupunem că negociaţi o ofertă pentru un loc de muncă şi vreţi un salariu mai mare decît este dispus angajatorul să vă ofere. Prin negociere, sînteţi de acord să acceptaţi un salariu mai mic decît aţi solicitat iniţial, iar angajatorul este de acord să vă ofere în schimb o săptămînă de concediu suplimentară. Nici unul dintre dumneavoastră nu a obţinut exact ceea ce voia, dar fiecare a obţinut ceva ce apreciază, în schimbul renunţării la altceva.

Compromisul necesită timp şi răbdare, dar generează adesea rezultate mai bune decît competiţia, evitarea sau tolerarea. Caseta „Aveţi aptitudini?" de pe pagina următoare oferă sugestii pentru exersarea compromisului în timpul unui conflict.

AVEŢI APTITUDINI?

COMPROMISUL

Compromisul le oferă ambelor părţi dintr-un conflict ceva pe care acestea pun preţ.

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Învăţaţi să faceţi compromisuri cînd gestionaţi conflicte.	Pentru a ajuta ambele părţi implicate în conflict - de exemplu, într-un conflict privind preţul de vînzare al unei maşini - să obţină ceva valoros.	1. Dacă se pare că nici una dintre părţile implicate nu va „cîştiga" conflictul în mod direct, spuneţi „Hai să facem un compromis". 2. Identificaţi ce este cel mai important pentru dumneavoastră într-un conflict („Chiar am nevoie să vînd maşina cu cel puţin 6.500 de dolari"), apoi spuneţi-i celelalte părţi implicate să facă acelaşi lucru („Vreau să obţin cel mai bun preţ posibil"). 3. Propuneţi soluţii ale conflictului care să rezolve cele mai presante necesităţi ale ambelor părţi implicate („Dacă achiziţionaţi maşina cu 6.500 de dolari, vă ofer şi unitatea GPS şi costul unui an de servicii radio prin satelit").	1. Împreună cu un coleg care va pretinde că este colegul dumneavoastră de cameră, purtaţi o conversaţie în care răspundeţi la criticile pe care vi le aduce cu privire la obiceiurile dumneavoastră legate de învăţare sau de curăţenia în apartament. 2. În loc să acceptaţi pe loc sugestiile de schimbare propuse de partener, identificaţi ce este cel mai important pentru dumneavoastră şi rugaţi-l pe partener să facă acelaşi lucru. 3. Propuneţi o soluţie care vă va oferi fiecăruia ceva ce vă doriţi. Continuaţi să propuneţi compromisuri pînă ce partenerul dumneavoastră acceptă.

ANALIZAŢI: ***În ce fel reflectarea asupra compromisului vă determină să ţineţi cont şi de necesităţile partenerului, pe lîngă cele proprii?***

COLABORAREA. Stilul **colaborării** dezvăluie o preocupare sporită atît pentru necesităţile partenerului, cît şi pentru cele proprii. Scopul este să se ajungă la o situaţie care să permită avantaje maxime pentru ambele părţi. De exemplu, după ce au avut primul copil, Mick şi Laura au resimţit povara financiară a creşei, în timp ce Mick lucra, iar Laura mergea la cursuri. Soluţia de colaborare a constat în diminuarea numărului de ore lucrătoare ale lui Mick, iar Laura s-a înscris la cursuri online, astfel încît

➲ **colaborare** Strategie de gestionare a conflictelor care presupune căutarea unei soluţii care să satisfacă necesităţile ambilor parteneri.

măcar unul dintre ei să fie acasă în fiecare zi. Banii economisiți de la piața creșei au compensat veniturile la care au renunțat din cauza diminuării orelor de lucru ale lui Mick. În plus, atît Laura, cît și Mick s-au simțit mai bine, pentru că reușeau să-și îngrijească singuri copilul.

Subiect de discuție: Studenților le poate fi dificil să distingă între compromis și colaborare. Evidențiați că a colabora înseamnă a depune eforturi comune pentru a stabili cum anume ambele părți implicate pot obține ceea ce vor, în timp ce compromisul implică faptul că ambele părți obțin doar o parte din ceea ce își doresc, după ce au renunțat la altceva.

Colaborarea pare probabil modul ideal de gestionare a conflictelor – în multe situații, așa și este. De asemenea, poate solicita foarte multă energie, răbdare și imaginație. Deși poate să pară abordarea cea mai bună, ea poate fi totodată și cea mai dificilă.

Cum ar putea funcționa în viața reală fiecare dintre aceste strategii? În secțiunea „Pe scurt" este prezentat un conflict – doi frați se ceartă în legătură cu cine va primi o mașină nouă – și exemplifică modul în care fiecare dintre aceste abordări poate fi utilizată în implicarea într-un conflict.

PE SCURT • CINCI ABORDĂRI ALE CONFLICTULUI

Carla și Ben, soră și frate, au economisit fiecare 1.500 de euro, ca avans pentru o mașină. Părinții mai pot contribui cu o sumă suficient de mare pentru a cumpăra o singură mașină, nu două, așa că Ben și Carla sînt implicați într-un conflict privind cine anume va obține banii. Iată cinci exemple de abordări pe care le poate folosi Carla în implicarea în acest conflict:

Competiția • Carla încearcă să-și determine părinții să-i dea ei toți banii economisiți și să nu-i dea nimic lui Ben.

Evitarea • Carla nu aduce vorba despre conflict, sperînd că părinții vor găsi singuri o modalitate de a-l rezolva.

Tolerarea • Carla își încurajează părinții să-i dea lui Ben banii economisiți, nu ei.

Compromisul • Carla sugerează ca ea și Ben să-și pună banii la un loc cu ai părinților și să cumpere o mașină pe care să o folosească amîndoi.

Colaborarea • Carla se sfătuiește cu Ben și cu părinții pentru a vedea cum s-ar putea să-și cumpere și ea, și Ben cîte o mașină.

ÎNVĂȚAȚI Prin ce diferă critica și disprețul? Cînd anume evitarea ar putea fi o strategie mai bună de gestionare a conflictelor decît tolerarea?

APLICAȚI Împreună cu un coleg, urmăriți un episod din serialul dumneavoastră preferat de televiziune. Ori de cîte ori în serial survine un conflict, identificați împreună exemplele de „cei patru călăreți ai Apocalipsei", conform teoriei lui Gottman.

REFLECTAȚI Cum vă simțiți cînd cineva folosește strategia blocării în timpul unui conflict cu dumneavoastră? Cînd anume colaborarea vi se pare o provocare?

REȚINEȚI IDEILE DIN CAPITOL

1. Specificul conflictului interpersonal (p. 373)
   - Conflictul constituie disputa manifestă dintre două sau mai multe părți interdependente, care percep că au scopuri incompatibile, resurse insuficiente și interferențe reciproce care le împiedică să-și atingă scopurile.
   - Oamenii conceptualizează adesea conflictele folosind o diversitate de metafore precum un proces, un joc, un act de echilibristică și o grădină.
2. Conflictul în relațiile personale (p. 376)
   - Conflictul este natural. Are dimensiuni de conținut, relaționale și procedurale și poate fi direct sau indirect. Conflictul poate fi dăunător; de asemenea, poate fi și benefic.

- Oamenii au conflicte cu privire la o varietate de subiecte. Unele subiecte – de exemplu, criticile personale, banii și treburile gospodărești – sînt deosebit de comune în relațiile interpersonale.
- Conflictul este influențat de orientările rolurilor specifice genurilor și sexelor; bărbații sînt încurajați să fie competitivi, iar femeile să fie tolerante.
- Modul în care oamenii gestionează conflictele este influențat de caracterul individualist sau colectivist al culturii lor și contextualitatea înaltă sau slabă a culturii din care fac parte.
- Conflictele sînt foarte frecvente în mediile online, din cauza efectului de dezinhibare.

3. Puterea și conflictul (p. 385)
   - Puterea este capacitatea de a manipula, influența sau controla alți oameni sau evenimente.
   - Puterea depinde de context, dar este întotdeauna prezentă. Poate fi pozitivă sau negativă, în funcție de modul în care este exercitată. Puterea și conflictul se influențează reciproc.
   - În general, oamenii își exercită cinci tipuri de putere: puterea dominatoare, coercitivă, referențială, legitimă și de expert.
   - Puterea este influențată de rolurile asociate sexelor și genurilor.
   - Modul în care oamenii conceptualizează puterea este afectat de cultura din care provin, respectiv o cultură cu distanță ierarhică mare sau mică.
4. Gestionarea conflictului interpersonal (p. 393)
   - În relațiile romantice, patru comportamente conflictuale sînt factori care anticipează cu acuratețe disoluția relației: criticile, disprețul, atitudinea defensivă și blocajul.
   - Oamenii folosesc cinci strategii generale pentru a gestiona conflictul: competiția, evitarea, tolerarea, colaborarea și compromisul. Strategia optimă de management al conflictelor depinde de situație și de obiectivele participanților.

TERMENI-CHEIE

agresivitate pasivă (p. 382)
atitudine defensivă (p. 394)
blocare (p. 395)
colaborare (p. 397)
competiție (p. 396)
compromis (p. 397)
conflict interpersonal (p. 373)
critică (p. 393)
dispreț (p. 394)
efect de dezinhibare (p. 384)
evitare (p. 396)
mesaj dominator (p. 386)
mesaj neutru (p. 386)
mesaj submisiv (p. 386)
metaconflict (p. 377)
putere (p. 385)
putere coercitivă (p. 388)
putere de expert (p. 389)
putere legitimă (p. 389)
putere recompensatoare (p. 388)
putere referențială (p. 388)
relație complementară (p. 386)
relație simetrică (p. 386)
tipar comportamental de solicitare-retragere (p. 382)
tolerare (p. 396)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUȚII

1. Cu cine aveți conflictele cele mai supărătoare? Care este obiectul unor astfel de conflicte?
2. Ce ați observat cu privire la modalitățile diferite în care se implică în conflict femeile și bărbații?
3. Care sînt unele exemple de utilizare pozitivă a puterii? Dar de utilizare negativă?
4. Care dintre „cei patru călăreți ai Apocalipsei" ai lui Gottman vi s-ar părea cel mai deranjant dacă ar apărea în propria dumneavoastră relație? De ce?

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

1. Conform cercetărilor efectuate de Larry Erbert, cele mai comune trei surse de conflict marital sînt, în ordine:
   a. banii, sarcinile gospodăreşti, criticile personale;
   b. sarcinile gospodăreşti, criticile personale, banii;
   c. criticile personale, banii, sarcinile gospodăreşti;
   d. banii, relaţiile sexuale, rudele prin alianţă.
2. Un dezechilibru de putere, în care o persoană dintr-o relaţie deţine mai multă putere decît cealaltă, este cunoscută drept
   a. relaţie simetrică;
   b. relaţie complementară;
   c. relaţie echitabilă;
   d. niciuna dintre acestea.
3. Termenul folosit pentru a descrie puterea atracţiei – care se referă la faptul că oamenii tind să dea curs solicitărilor adresate de oameni pe care îi simpatizează, îi admiră sau îi consideră atrăgători – este:
   a. putere recompensatorie;
   b. putere coercitivă;
   c. putere referenţială;
   d. putere legitimă.
4. A vă considera o victimă şi a nega responsabilitatea pentru comportamentul propriu sînt caracteristici ale:
   a. atitudinii defensive;
   b. blocajului;
   c. dispreţului;
   d. nemulţumirii.
5. Abordarea conflictului caracterizată printr-o preocupare moderată pentru necesităţile altora este:
   a. competiţia;
   b. evitarea;
   c. colaborarea;
   d. compromisul.

Completaţi spaţiile goale

6. Dimensiunea ___ a conflictului este asociată cu subiectele specifice la care se referă conflictul.
7. Tiparul ___ al conflictului se manifestă cînd un partener emite solicitări, iar celălalt partener se opune.
8. Persoanele crescute în culturi ___ sînt învăţate să ţină cont de priorităţile grupului şi să menţină armonia acestuia, astfel încît tind să gestioneze conflictul prin evitare.
9. În comunicarea mediată de calculator, efectul ___ îi determină pe oameni să spună sau să facă lucruri pe care nu le-ar fi făcut într-un context de tip faţă în faţă.
10. Datorită statutului sau poziţiei lor, oamenii care deţin putere ___ au dreptul să facă solicitări cărora ceilalţi trebuie să le dea curs.

Răspunsuri

Întrebări cu răspuns multiplu: 1 (c); 2 (b); 3 (c); 4 (a); 5 (d); Completaţi spaţiile goale: 6 (de conţinut); 7 (de solicitare-retragere); 8 (colectiviste); 9 (dezinhibării); 10 (legitimă).

RESURSE

Filme

Doubt (*Îndoiala*, dramă, 2008, cu acordul părinţilor)
Acţiunea filmului se desfăşoară în 1964, la o şcoală catolică din Bronx, New York, şi are în centru o călugăriţă (interpretată de Meryl Streep) care acuză un preot (interpretat de Philip Seymour Hoffman) că a abuzat de un elev afro-american de 12 ani. Filmul înfăţişează atît conflicte interpersonale, cît şi intrapersonale, pe măsură ce toate părţile principale implicate se confruntă cu îndoieli referitoare la sine şi la ceilalţi.

The Social Network (*Reţeaua socială*, dramă, 2010, cu acordul părinţilor)
Filmul descrie înfiinţarea site-ului de socializare Facebook, evidenţiind multiplele conflicte dintre Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Cameron şi Tyler Winklevoos şi Divya Narendra, fiecare revendicîndu-şi parţial meritul pentru crearea site-ului Facebook. Filmul include o serie de conflicte interpersonale, precum şi conflicte legale, structurate, rezultînd din acţionarea în judecată.

Cărţi şi articole din periodice

Erbert, L.A. (2000). Conflict and dialectics: Perceptions of dialectical contradictions in marital conflict. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 638-659.

Kiecolt-Glaser, J.K., Malarkey, W.B., Chee, M., Newton, T., Cacioppo, J.T., Mao, H.-Y., Glaser, R. (1993). Negative behavior during marital conflict is associated with immunological down-regulation. *Psychosomatic Medicine*, 55, pp. 395-409.

Oetzel, J.H., Ting-Toomey, S. (eds). (2006). *The Sage handbook of conflict communication: Integrating theory, research and practice*. Thousand Oaks, California: Sage.

Wilmot, W., Hocker, J. (2010). *Interpersonal conflict* (ediţia a VIII-a). New York: McGraw-Hill.

Site-uri

www.gottman.com
Aceasta este pagina web a Institutului Gottman pentru Relaţii (Gottman Relationships Institute), care oferă workshopuri, materiale pentru studiu la domiciliu şi alte resurse pentru parteneri şi membrii familiilor care se confruntă cu conflicte.

www.iacm-conflict.org
Această pagină, sponsorizată de Asociaţia Internaţională pentru Managementul Conflictelor (International Association for Conflict Management), oferă linkuri spre cîteva resurse online relevante pentru conflicte şi managementul conflictelor.

12

Comunicarea înșelătoare

1 Specificul înșelării interpersonale

2 Diversitatea actelor de denaturare a adevărului

3 Comportamentele comunicaționale și înșelarea

4 Detectarea minciunilor în diferite contexte

DUREREA CAUZATĂ DE LIPSA DE ONESTITATE

Amanda Broadband a avut întotdeauna suspiciuni privind trecutul soțului ei Stuart. El pretindea că a fost fidel în timpul relației lor de 15 ani, dar în 2008 Amanda a descoperit – într-un mod public și foarte umilitor – că mințise. Cei doi soți participau la emisiunea-concurs a lui Jerry Springer de la televiziunea britanică, *Nothing But the Truth*, în care participanții sînt conectați la un detector de minciuni și li se adresează o serie de întrebări în direct. Cei care răspund sincer la toate întrebările pot cîștiga echivalentul a 100.000 de dolari, dar la o singură minciună pierd banii. Avînd șansa de a cîștiga o sumă importantă de bani, Stuart a răspuns la o întrebare despre fidelitatea conjugală, dezvăluind că avusese o scurtă aventură cu cîțiva ani mai devreme. Deși a fost ușurată să afle adevărul, Amanda s-a simțit trădată și foarte stînjenită – cu atît mai mult cu cît infidelitatea soțului ei fusese expusă la televiziunea națională.

Nimănui nu-i place să fie mințit. Cînd aflăm că cineva ne-a mințit, ne enervăm și simțim că s-a profitat de noi. Deși aceste sentimente de trădare și jignire pot surveni în toate relațiile, ele pot fi deosebit de intense – și dureroase – cînd minciuna survine în contextul unei relații apropiate, cum s-a întîmplat în cazul Amandei și al lui Stuart. Minciuna ne rănește emoțional și ne erodează încrederea în ceilalți, după cum explicăm în caseta „Comunicarea: zona întunecată”[1] de mai jos.

Totuși, sînteți complet onest *tot* timpul? Nu pretindeți niciodată că vă bucurați să vedeți pe cineva, doar ca să nu răniți sentimentele persoanei respective? Dar atunci cînd spuneți „Îmi pare rău, am alte planuri”, cînd de fapt nu aveți, însă vreți să scăpați de ceva ce nu vreți să faceți? Cei mai mulți dintre noi ar trebui să admită că nu spunem întotdeauna „adevărul și nu vom ascunde nimic din ceea ce știm”. Totuși, a fi politicos, plin de tact sau discret nu este totuna cu a minți, nu-i așa?

În viața de zi cu zi: Multe comportamente pe care le considerăm pline de tact sau politicoase implică înșelarea. Cînd analizăm astfel de comportamente, ne dăm seama că majoritatea folosim înșelarea, într-o anumită măsură, în mod obișnuit.

1. Specificul înşelării interpersonale

Nu trebuie să căutaţi mult pentru a găsi exemple semnificative de inducere în eroare. În 2009, apărătorul Alex Rodriguez de la echipa New York Yankees a devenit cel mai celebru jucător de baseball care a recunoscut că a folosit substanţe care îi amplificau performanţa, acuzaţie pe care o negase cu convingere înainte. În anul anterior, alergătoarea vedetă Marion Jones a fost condamnată la şase luni de închisoare pentru că minţise anchetatorii cu privire la utilizarea steroizilor, confesiune care a costat-o pe Jones şi cele cinci medalii olimpice pe care le obţinuse. De la politicieni la conducătorii companiilor şi la atleţii profesionişti, se pare că mulţi oameni încearcă să obţină avantaje personale înşelîndu-i pe alţii.

În afara sălii de curs: Cereţi-le studenţilor să ţină un jurnal timp de o săptămînă, în care să noteze fiecare situaţie în care au minţit în orice mod, fie şi pentru a fi politicoşi. Pentru fiecare act de înşelare, spuneţi-le să-şi noteze motivul. Discutaţi despre totalitatea informaţiilor relevate în timpul unei ore de curs, ulterior.

Oricare ar fi sentimentele noastre personale cu privire la valoarea sincerităţii, realitatea este că majoritatea oamenilor ascund adevărul în mod regulat[2]. De exemplu, pentru a respecta intimitatea unui coleg de serviciu care urmează un tratament pentru dependenţa de alcool, le puteţi spune clienţilor că este plecat într-o „delegaţie specială". La fel, îi puteţi spune nepotului dumneavoastră de 12 ani că s-a descurcat „minunat" în musicalul pus în scenă de şcoala lui, deşi abia poate cînta o melodie, pentru că vreţi să-l încurajaţi. De fapt, uneori chiar îi mustrăm pe alţii pentru că spun adevărul. Cînd copiii fac comentarii oneste despre alţi oameni („Miroşi ciudat", „Dinţii tăi sînt foarte galbeni"), de obicei îi învăţăm că este nepoliticos să spună astfel de lucruri, deşi exprimă opinii oneste.

Putem fi de acord că a minţi este greşit, dacă vrem să rănim pe cineva, dar dacă procedăm astfel pentru *a evita* să rănim pe cineva[3]? Putem alege să nu ne gîndim la politeţe sau la discreţie ca la exemple de minciuni, deoarece cuvinte precum *minciună* sau *inducere în eroare* au conotaţii negative. Totuşi, chiar şi cînd au intenţii admirabile, oamenii prezintă adevărul în mod eronat, în folosul propriu[4]. Dacă ne gîndim la minciună ca la o reprezentare eronată a adevărului – indiferent de intenţie –, ne dăm seama că inducerea în eroare este adesea o componentă a oricărei interacţiuni sociale.

Comunicarea: zona întunecată

RĂNIREA CELOR PE CARE ÎI IUBIM: ÎNŞELAREA POATE DISTRUGE ÎNCREDEREA

Cînd Kendra Craig l-a întîlnit pentru prima oară pe soţul ei Andy, acesta avea datorii foarte mari. În următorii şase ani, ea l-a ajutat să-şi restructureze finanţele şi să-şi achite toate datoriile de pe cardurile de credit. Apoi, el a recunoscut că avea o datorie de aproximativ 13.000 de dolari pe un alt card de credit de care ea nu ştia. Kendra a refinanţat creditul imobiliar pentru locuinţa lor pentru a achita datoria, dar i-a spus lui Andy în termeni foarte clari că, dacă o mai minte vreodată în legătură cu datoriile lui, îl va părăsi. După opt luni, Kendra a găsit un extras de cont cu o datorie de peste 6.000 de dolari sub scaunul din dreapta al maşinii lui Andy. S-a simţit complet trădată. Era suficient de rău că Andy punea în pericol bunăstarea financiară a familiei, continuînd să acumuleze datorii. Faptul că el o minţea totodată pe Kendra în legătură cu acest lucru a făcut-o să se simtă ca şi cum i-ar fi trădat complet încrederea.

Experienţa dureroasă a Kendrei nu este unică. După cum aţi văzut pe parcursul acestui curs, relaţiile personale apropiate necesită capacitatea de a avea încredere. Cînd aflaţi că o persoană la care ţineţi

v-a mințit, mai ales în privința unei chestiuni importante, descoperirea respectivă vă determină adesea să deveniți mai puțin dispus să credeți alte afirmații făcute de persoana respectivă. Cu alte cuvinte, vă erodează încrederea în acea persoană. Cînd încrederea este compromisă într-o relație apropiată, este posibil să nu se mai restabilească pe deplin niciodată, chiar dacă iertați persoana respectivă pentru că a mințit. Dacă aflați că vi s-a înșelat încrederea, gîndiți-vă sincer la modul în care episodul respectiv v-a afectat încrederea în persoana respectivă.

Întrebați-vă

- De unde provine încrederea? Ce anume vă determină să aveți încredere în alții?
- Minciuna v-a afectat vreodată încrederea în altă persoană? Dacă da, cum s-a modificat disponibilitatea dumneavoastră de a da crezare persoanei respective, în caz că s-a modificat?

Jurămîntul cercetașelor: Mă voi strădui să fiu sinceră și dreaptă, prietenoasă și de ajutor, atentă și grijulie, curajoasă și puternică și responsabilă pentru ceea ce spun și fac și să mă respect pe mine însămi și pe ceilalți, să respect autoritatea, să fac lumea să fie mai bună și să fiu o soră pentru toate cercetașele.

De-a lungul acestui capitol, este important să dați dovadă de deschidere şi să consideraţi înşelarea doar unul dintre multiplele procese de comunicare despre care învăţaţi în cadrul cursului de faţă. Aceasta nu înseamnă că trebuie să vă ignoraţi morala şi convingerile. Dimpotrivă, concepţia dumneavoastră despre valoarea onestităţii, încrederii şi integrităţii vă ajută să definiţi ceea ce sînteţi ca fiinţă umană. Mulţi oameni cred că onestitatea este cu adevărat strategia cea mai bună. Aproape toate religiile lumii promovează virtutea sincerităţii şi condamnă comportamentul mincinos.

Totuşi, nu uitaţi că *a studia* ceva nu este echivalent cu *a susţine* lucrul respectiv. Fie că vă opuneţi sau nu minciunii din punct de vedere etic sau moral, înţelegerea ei vă ajută să comunicaţi mai bine[5]. De fapt, cu cît ştiţi mai multe despre minciună, cu atît vă puteţi perfecţiona capacitatea de a o detecta.

Subiect de discuţie: Studenții pot considera că a studia înșelarea înseamnă a-i acorda girul moral, deci este o idee bună să discutați în mod direct despre acest aspect.

Cei mai mulţi dintre noi ar defini probabil înşelarea drept „a face afirmaţii care nu sînt adevărate" şi o putem asocia cu neadevărurile, inducerea în eroare, exagerarea, distorsionarea adevărului şi minciunile minore. Totuşi, nici unul dintre aceste tipuri de înşelare nu reprezintă o definiţie cu adevărat adecvată. La urma urmei, oamenii pot denatura adevărul omiţînd unele părţi ale relatării sau dînd răspunsuri vagi, ambigue la întrebări. Nici unul dintre aceste scenarii nu necesită să se spună ceva ce nu este practic adevărat.

Definirea înșelării

Conform specialiştilor în comunicare, **înşelarea** survine atunci cînd un vorbitor transmite informaţii în mod conştient şi intenţionat cu scopul de a-i induce receptorului o convingere falsă. Cu alte cuvinte, cînd comunicaţi într-un mod ce are scopul de a face pe cineva să-şi creeze o impresie despre care ştiţi că este neadevărată, atunci denaturaţi adevărul.

➲ **înşelare** Cunoașterea și transmiterea intenționată a informațiilor în scopul inducerii unei convingeri false ascultătorului.

Putem considera că actele de denaturare a adevărului se înscriu pe o axă, de la minciuni cu miză mare la minciuni cu miză mică. *Minciunile cu miză mare* sînt cele în cazul cărora pedepsele în caz că vinovatul este descoperit sînt severe[6]. Multe minciuni cu miză mare sînt forme de *fraudă*, ceea ce înseamnă că sînt reprezentări eronate ale realităţii, în scopul cîştigurilor materiale. Unele tipuri de minciuni frauduloase sînt: 1) reprezentarea greşită a identităţii, prin falsificarea semnăturii cuiva pe cecuri sau pe alte documente; 2) a se da drept medic, poliţist sau alt angajat autorizat;

3) efectuarea unor tranzacţii bursiere folosind informaţii privilegiate, cu scopul de a vinde sau achiziţiona acţiuni; 4) nedeclararea tuturor veniturilor în scopul impozitării acestora; 5) solicitarea despăgubirilor prin asigurări pentru motive false. Fiecare dintre aceste acţiuni este o minciună cu miză mare, pentru că penalizarea în caz că vinovatul este prins poate include amenzi mari şi pedeapsa cu închisoarea. Acelaşi lucru se poate afirma şi despre *sperjur*, sau minciuna sub jurămînt, care constituie o infracţiune.

Subiect de discuţie: În acest capitol, vom folosi termenul *minciună* cu sensul de *act de denaturare al adevărului*. În opinia unora, minciuna reprezintă un singur tip de înşelare (de obicei falsificarea), dar aici vom folosi acest termen într-un sens mai amplu, pentru a desemna toate tipurile de denaturare a adevărului.

Pe lîngă faptul că pot atrage pedepse legale, minciunile cu miză mare pot cauza şi pedepse personale semnificative. De exemplu, dacă vă minţiţi soţul/soţia pentru a-i ascunde o relaţie extraconjugală sau vă minţiţi soţul cu privire la o greşeală gravă pe care aţi făcut-o, ar fi vorba tot despre o minciună cu miză mare, pentru că v-aţi putea distruge căsătoria sau v-aţi pierde locul de muncă, dacă minciuna ar fi descoperită[7].

La celălalt capăt al axei se situează *minciunile cu miză redusă*, pentru care penalităţile implicate de descoperirea vinovatului sînt comparativ mici. Aceste minciuni, numite uneori *minciuni minore*, au adesea rolul de a evita ca oamenii să se simtă stînjeniţi sau jigniţi. Unele exemple de minciuni cu miză redusă sînt: 1) îi spuneţi unui prieten că „vă place cadoul de absolvire" pe care vi l-a dat, deşi de fapt nu vă place; 2) vă asiguraţi fratele şi cumnata că „nu-i nici o problemă" că îi ajutaţi să se mute, deşi nu este convenabil pentru dumneavoastră; 3) pretindeţi că aţi întîrziat la programarea la coafor pentru că „a fost un trafic infernal", cînd de fapt aţi plecat tîrziu de acasă; 4) îi spuneţi noului dumneavoastră coleg de serviciu „Îmi pare bine de cunoştinţă", deşi v-a făcut o primă impresie proastă.

Unele tipuri de denaturare a adevărului ar putea fi numite minciuni cu miză mare, deoarece pedeapsa în cazul descoperirii vinovatului este mare. Printre consecinţele unor as fel de minciuni se pot număra pierderea locului de muncă, destrămarea căsătoriei sau chiar condamnarea la închisoare.

În multe cazuri, singura pedeapsă reală pentru faptul că sînteţi prins spunînd o minciună minoră este disconfortul emoţional. În cazul în care frizerul descoperă că de fapt nu aţi întîrziat din cauza traficului, de exemplu, probabil că vă veţi simţi puţin vinovat pentru că aţi spus o minciună şi oarecum jenat pentru că aţi fost descoperit. Aceste emoţii vor fi temporare, totuşi, şi este puţin probabil că vor urma consecinţe serioase.

Multe alte acte de denaturare a adevărului se situează de-a lungul axei, între minciunile cu miză mare şi minciunile cu miză redusă. De exemplu, să presupunem că în timp ce daţi examenul de la mijlocul semestrului la cursul de marketing, observaţi că prietenul dumneavoastră Soren copiază. După ce a citit lucrarea lui Soren, profesoara îl suspectează că a copiat, dar nu are o dovadă directă. Ea ia legătura cu cîţiva studenţi – inclusiv dumneavoastră – pe care îi întreabă dacă au observat pe cineva copiind la test. Pentru că Soren este prieten cu dumneavoastră, răspundeţi că nu. Ce pedeapsă vă puteţi atrage dacă se va constata că aţi minţit? Poate că profesorul vă va da o notă mai mică decît nota de trecere, astfel încît nu veţi putea obţine o notă mai mare decît nota de trecere la cursul respectiv. Pedeapsa este cu siguranţă mai severă decît sentimentul de vinovăţie sau stînjeneală, dar nu este pe atît de severă precum pierderea locului de muncă sau a libertăţii ori distrugerea căsătoriei. Minciunile de acest fel pot fi considerate *minciuni cu miză medie*.

Elementele denaturării adevărului

Pe scurt, pentru a fi considerat un act de denaturare a adevărului, un act de comunicare trebuie să aibă trei elemente fundamentale:

- Emiţătorul trebuie să ştie că informaţiile sînt false.

- Emițătorul trebuie să comunice informațiile cu un anumit scop.
- Emițătorul trebuie să încerce să-l facă pe receptor să creadă informațiile.

Este important că un comportament trebuie să întrunească toate cele trei caracteristici, pentru a fi considerat un act de denaturare a adevărului.

Nu este o minciună dacă credeți că ceea ce spuneți este adevărat. Să presupunem că mă întrebați cît de lungă este o milă marină, iar eu vă spun că are 1.920 de metri. Acest răspuns reflectă ceea ce cred în mod sincer. De asemenea, nu este adevărat – o milă marină are de fapt 1.852 de metri. (Ar trebui să știți că nu profesorul de comunicare este persoana care să vă răspundă la o astfel de întrebare.) Prin urmare, v-am dat o informație falsă. Am comunicat informația respectivă cu un anumit scop? Da: m-ați întrebat și v-am răspuns. Am avut intenția să credeți informația? Desigur. Cu toate acestea, conform definiției noastre, nu am denaturat adevărul, pentru că nu știam că informația este falsă.

Subiect de discuție: Cînd oamenii nu-și dau seama că informațiile pe care le oferă sînt false, de obicei nu manifestă indiciile emoționale sau fiziologice asociate cu denaturarea adevărului.

În viața de zi cu zi: Glumele, tachinările și sarcasmele sînt trei exemple de comportamente comune care s-ar califica drept denaturări ale adevărului, dacă vorbitorul nu ar avea intenția să nu fie crezut.

Nu este o minciună dacă nu aveți intenția ca alții să creadă ceea ce spuneți. Destul de des, faceți afirmații pe care nu aveți intenția ca alte persoane să le creadă în mod literal, de exemplu: „Mi-e atît de foame încît aș mînca un cal" și „Sînt atît de obosit, încît aș putea dormi pînă marți". Probabil că nu v-a fost niciodată atît de foame sau atît de somn, iar dacă faceți o astfel de afirmație, majoritatea celor care vă vor auzi vor înțelege că nu intenționați să spuneți aceste lucruri în sens literal. Dacă spuneți „Plouă cu găleata", știți că nimeni nu toarnă apă cu găleata din cer; prin urmare, această informație este falsă. Cu toate acestea, nu comiteți un act de denaturare a adevărului în această situație, deoarece atunci cînd folosiți anumite expresii nu încercați să-i determinați pe alții să creadă informațiile false. De asemenea, multe tipuri de tachinare și sarcasm nu sînt comunicate cu scopul de a fi înțelese în mod literal. De obicei, ne putem da seama după expresiile faciale ale oamenilor sau după tonul vocii cînd anume glumesc și nu se așteaptă să-i credem.

Nu ne putem minți pe noi înșine. Din cînd în cînd, poate că încercați să vă determinați pe dumneavoastră înșivă să credeți fapte sau idei despre care știți că nu sînt adevărate. Cînd vă dați seama că astfel de tentative nu au succes, vă puteți spune: „Mă mințeam pe mine însumi". Totuși, conform definiției noastre, este *imposibil* ca oamenii să se mintă pe ei înșiși. Cu siguranță, încercați să vă schimbați opiniile sau convingerile despre diverse aspecte; uneori aveți succes, alteori nu. Totuși, amintiți-vă că, pentru ca un act de comunicare să poată fi considerat denaturare a adevărului, emițătorul – știind că informația este falsă – trebuie să încerce să-l determine pe receptor să creadă că este adevărată.

Cînd încercați să vă mințiți singur, problema este că emițătorul și receptorul sînt una și aceeași persoană – *dumneavoastră* – și nu puteți crede în mod logic că un lucru este adevărat, știind totodată că este fals. În momentul în care vă credeți minciuna, cu alte cuvinte, aceasta încetează să mai fie o minciună, deoarece emițătorul consideră acum că informația este adevărată. Puteți încerca să vă păcăliți singur din cînd în cînd; de exemplu, vă puteți pune toate ceasurile, inclusiv cel de mînă, cu zece minute mai devreme, astfel încît să nu întîrziați niciodată. Cu toate acestea, procesul denaturării adevărului impune ca emițătorul și receptorul să fie persoane *diferite*.

Subiect de discuție: Inițial, studenților le poate fi dificil să înțeleagă de ce este imposibil, „tehnic" vorbind, să ne mințim pe noi înșine.

Două caracteristici suplimentare ale definiţiei denaturării adevărului merită luate în discuţie. În primul rînd, denaturarea adevărului implică transmiterea *informaţiilor*, nu numai transmiterea *cuvintelor*. Desigur, cuvintele transmit informaţii însă, după cum am mai discutat, acelaşi rol îl au şi comportamentele nonverbale. Prin urmare, este posibil ca o persoană să denatureze adevărul fără să rostească nici un cuvînt.

De exemplu, imaginaţi-vă că David şi Aileen locuiesc împreună, ca parteneri, dar încă nu au comunicat acest fapt părinţilor lui Aileen. Prin urmare, ori de cîte ori părinţii ei vin în vizită, David şi Aileen trebuie să-şi modifice apartamentul ca să creeze impresia că sînt doar colegi de apartament. Prin urmare, ascund toate fotografiile în care apar împreună. David se mută din dormitor în camera de oaspeţi, căreia îi spun „camera lui". Prin intermediul acţiunilor lor, Aileen şi David creează impresia că sînt doar prieteni care împart un apartament. Deşi nu spun în mod clar că nu sînt parteneri, acţiunile lor transmit acest mesaj care denaturează adevărul.

Cealaltă caracteristică a definiţiei denaturării adevărului este faptul că nu se menţionează nimic cu privire la motiv. Motivul pentru care o persoană minte pe altcineva nu are nici o legătură cu faptul că persoana respectivă denaturează adevărul. Acest aspect este important, deoarece uneori credem că denaturarea adevărului nu este *cu adevărat* denaturare, dacă facem acest lucru dintr-un motiv „întemeiat". De exemplu, cînd tratează un adolescent aflat într-o stare critică, după ce a fost implicat într-un accident, un medic poate să aleagă să nu îi spună că prietena lui a murit în accident, deoarece se teme că stresul şi durerea vor afecta recuperarea acestuia. La fel, un detectiv le poate prezenta rudelor victimei unei omucideri doar o descriere vagă a crimei, omiţînd detalii despre care crede că i-ar afecta prea mult. În alte circumstanţe, poate că i-aţi minţit pe alţii ca să-i ajutaţi – sau cel puţin ca să evitaţi să îi răniţi – şi aţi simţit că acest comportament se justifică.

Etica în prim-plan: În viaţa reală, mulţi oameni cred că motivul unei minciuni este relevant pentru a stabili cît de etică este minciuna. Chiar şi oamenii care se opun minciunii din convingeri morale pot totuşi să mintă pentru a salva o viaţă sau o proprietate, crezînd că acestea constituie cauze morale mai importante decît onestitatea. Deşi motivul unei minciuni nu influenţează faptul că este sau nu o minciună, acesta poate afecta mult evaluările oamenilor cu privire la caracterul ei etic.

Denaturarea uşoară a adevărului constituie un „lubrifiant social", ajutîndu-i pe oameni să se înţeleagă între ei. O persoană care este extrem de onestă tot timpul ar fi considerată nepoliticoasă.

De fapt, oamenii au cîteva motive de a denatura adevărul, multe fiind altruiste. Denaturarea adevărului este însă denaturare, fie că o considerăm justificată sau nu. A minţi, chiar şi pentru a salva viaţa cuiva, înseamnă totuşi a minţi.

Denaturarea adevărului – un comportament frecvent

Denaturarea adevărului este relativ comună în comunicările interpersonale. Studiile arată că survine deosebit de frecvent atunci cînd încercăm să fim politicoşi şi cînd comunicăm online. Vom analiza mai amănunţit fiecare dintre aceste situaţii.

DENATURAREA ADEVĂRULUI ESTE O COMPONENTĂ DES ÎNTÎLNITĂ A POLITEŢII. După cum au ilustrat o serie dintre exemplele de denaturare a adevărului de mai sus, unul dintre cele mai comune motive pentru care oamenii mint este dorinţa de a fi politicoşi şi de a evita să-i rănească pe alţii[8]. La urma urmei, o componentă importantă a comportamentului politicos este a-i face pe ceilalţi să se simtă apreciaţi, fie că aprecierea este sinceră sau nu[9]. Prin urmare, a te purta politicos înseamnă a încerca să nu superi.

Încercînd să fie politicoşi, oamenii fac adesea afirmaţii care exprimă apreciere şi evită ofensele, chiar dacă respectivele afirmaţii induc în eroare. De exemplu, Ally nu este impresionată de prima întîlnire cu Rich, dar nu vrea să-l rănească, aşa că spune „M-am simţit bine, ar

trebui să ne mai întîlnim", deşi nu crede acest lucru. Carma nu se simte confortabil cînd merge la biserică cu soacra ei, ori de cîte ori o vizitează, dar nu vrea să o supere, aşa că spune „Mi-ar plăcea să merg", deşi nu vrea asta.

Denaturările adevărului făcute în slujba politeţii contribuie la menţinerea armoniei sociale şi la evitarea perturbărilor din relaţii. Imaginaţi-vă cum ar decurge comunicarea interpersonală dacă toată lumea ar spune adevărul complet, necenzurat, despre orice. Oamenii nu şi-ar mai ţine pentru ei opiniile despre dumneavoastră şi comportamentul dumneavoastră, indiferent cît de jignitoare ar fi acele opinii pentru dumneavoastră. Este uşor să vă imaginaţi că o astfel de situaţie ar face mai mult rău relaţiilor, în loc să le îmbunătăţească.

Subiect de discuţie: Minciunile spuse în slujba politeţii pot părea atît de benigne şi de comune, încît oamenii nu le mai consideră deloc exemple de denaturare a adevărului.

Chiar dacă avem obiecţii morale la adresa minciunilor, unii cercetători consideră că denaturarea adevărului poate funcţiona ca un „lubrifiant social", diminuînd fricţiunile dintre oameni şi ajutîndu-i să se înţeleagă[10]. Psihologul Leonard Saxe argumentează că persoanele obsedate să fie complet sincere pot ajunge izolate din punct de vedere social, deoarece alţii i-ar considera nepoliticoşi şi lipsiţi de aptitudini sociale[11].

DENATURAREA ADEVĂRULUI ESTE DEOSEBIT DE FRECVENTĂ ÎN COMUNICAREA ONLINE. De asemenea, cercetătorii susţin că denaturarea adevărului survine mai frecvent în comunicarea mediată de calculator. O posibilă explicaţie a acestui model este faptul că acest tip de comunicare nu implică un contact faţă în faţă, prin urmare, comunicatorii îşi pot ascunde identităţile, mai ales dacă folosesc pseudonime. Acest anonimat protejează intimitatea, dar le permite totodată oamenilor să exagereze sau să falsifice unele aspecte ale identităţilor lor online, cum ar fi vîrsta, educaţia, etnia şi venitul[12]. Unele persoane care comunică online *îşi schimbă genul*, adică se prefac că aparţin sexului opus[13]. Citiţi caseta „Conectaţi-vă" pentru a afla mai multe detalii despre denaturarea adevărului în comunicarea online.

Despre materiale media: Serialul despre întîlniri *To Catch a Predator III*, difuzat de canalul NBC, prezintă modul în care unii adulţi folosesc comunicarea online pentru a fixa întîlniri sexuale cu minori. Adesea, adulţii mint cînd comunică online, precum şi în comunicarea faţă în faţă cu gazda emisiunii, după ce sînt prinşi.

Conect@ţi-vă

E-MAILURILE DE SERVICIU SÎNT PLINE DE MINCIUNI

Cînd comunicaţi prin e-mail, este bine să fiţi sceptici. În opinia cercetătorilor, comunicarea mediată de calculator poate amplifica *neimplicarea morală*, dorinţa de a ignora expectanţele privind comunicarea etică. În consecinţă, oamenii pot fi înclinaţi mai degrabă să distorsioneze adevărul cînd trimit e-mailuri, decît în alte contexte. Această tendinţă poate fi deosebit de problematică în mediile de lucru unde e-mailul constituie principala formă de comunicare.

Pentru a înţelege influenţa comunicării asupra denaturării adevărului, un grup de cercetători au efectuat trei studii separate cu manageri şi studenţi la facultăţi de afaceri. În aceste studii, cercetătorii au comparat mesajele transmise prin e-mail cu mesajele scrise pe hîrtie, ambele tipuri de comunicare bazîndu-se pe text. Iată ce au descoperit:

- *Oamenii mint mult mai des în mesajele online decît în mesajele scrise pe hîrtie.* Cînd participanţii la studii au avut opţiunea de a-şi minţi partenerii, tendinţa de a face acest lucru a fost cu 25% mai mare în cazul e-mailurilor decît în cazul mesajelor scrise pe hîrtie.
- *Oamenii simt că este mai justificat să mintă în e-mailuri decît în mesajele scrise.* Cei care au comunicat prin e-mail se simţeau mai puţin vinovaţi cu privire la minciuni, în comparaţie cu cei care comunicau prin mesaje scrise pe hîrtie. Această diferenţă poate fi rezultatul neimplicării morale a autorilor de e-mailuri.

Oricît de eficientă poate fi comunicarea electronică, cercetătorii sugerează că le poate da oamenilor impresia că pot fi lipsiţi de onestitate. Ţineţi cont de acest lucru cînd evaluaţi informaţiile pe care le primiţi prin intermediul e-mailurilor.

Sursa: Naquin, C.E., Kurtzberg, T.R.. Belkin, L.Y. (2010). The finer points of lying online. E-mail versus pen and paper. *Journal of Applied Psychology*, 95, pp. 387-394.

Unele exemple impresionante de denaturare a adevărului în mediul online survin pe site-urile de întîlniri, unde utilizatorii postează informaţii personale în speranţa de a atrage potenţiali parteneri de cuplu. De obicei, profilurile de pe acest tip de site-uri solicită informaţii precum înălţimea, greutatea, înfăţişarea, profesia, educaţia, hobby-urile, interesele şi preferinţele privind un potenţial partener. Poate că – deloc surprinzător – denaturarea adevărului este comună pe aceste site-uri. De fapt, studiile au relevat că pînă la 20% dintre persoanele care practică întîlnirile online recunosc că mint în legătură cu unele aspecte ale profilului lor personal. Totuşi, cînd oamenii sînt întrebaţi *cît de multe alte persoane* cred ei că practică denaturarea adevărului, procentul ajunge la 90%[14].

În legătură cu ce anume mint persoanele care practică întîlnirile online? În cazul femeilor, principalele aspecte sînt vîrsta, greutatea şi înfăţişarea. În cazul bărbaţilor, este vorba despre nivelul educaţional, venitul, înălţimea, vîrsta şi chiar statutul marital. (Conform studiilor, cel puţin 13% dintre bărbaţii de pe site-urile de întîlniri sînt căsătoriţi[15].) De ce sînt atît de comune astfel de minciuni? Răspunsul este că persoanele interesate de întîlnirile online caută un partener, aşa că vor ca profilul lor să fie cît mai atrăgător posibil, chiar dacă nu este complet adevărat. Din păcate, convingerea că dacă ar fi complet sinceri şansele le-ar scădea ar putea fi justificată. Cel puţin un studiu a arătat că, cu cît oamenii se descriu mai onest, cu atît mai puţin succes au în găsirea unor parteneri online[16].

De ce anume ar alege cineva să mintă, fie online, fie faţă în faţă? În secţiunea următoare vom analiza unele dintre cele mai comune cauze ale denaturării adevărului.

ÎNVĂŢAŢI Ce anume este denaturarea adevărului? De ce nu se pot minţi oamenii pe ei înşişi? Ce semnificaţie are considerarea denaturării adevărului un „lubrifiant social"?

APLICAŢI Timp de două zile, ţineţi un jurnal în care notaţi fiecare moment în care denaturaţi adevărul în relaţia cu o altă persoană, indiferent cum sau din ce motiv. Chiar şi înşelarea în folosul politeţii de rutină ar trebui notată. În cadrul fiecărei însemnări, notaţi în legătură cu ce anume aţi denaturat adevărul şi ce intenţie aţi avut.

REFLECTAŢI În timp ce aţi ţinut jurnalul privind denaturarea adevărului, cum v-aţi simţit cînd v-aţi dat seama că îi minţeaţi pe alţii? Cum v-aţi simţit cînd v-aţi gîndit că alţii vă mint, chiar dacă o fac pentru a vă proteja?

2. Diversitatea actelor de denaturare a adevărului

Am observat că minţitul nu poate surveni întîmplător. Prin urmare, ori de cîte ori oamenii încearcă să-i mintă pe alţii, au probabil un motiv. În exemplele pe care le-am analizat pînă acum, oamenii practică denaturarea adevărului din mai multe motive. Studiile de comunicare confirmă faptul că oamenii au multe motivaţii pentru a minţi. Puteţi considera că unele dintre aceste motivaţii sînt condamnabile – de exemplu, a minţi cu scopul de a jigni pe cineva. Altele vi se pot părea acceptabile în unele circumstanţe – de exemplu, a minţi pentru a evita jignirea cuiva[17].

Motive pentru care oamenii distorsionează adevărul

Exerciţiu de redactare: Rugaţi-i pe studenţi să lucreze în grupuri, folosind metoda brainstormingului, pentru a găsi motive pe care să le adauge pe listă; cereţi-le să scrie exemple pentru fiecare motiv nou, pe care să le comunice apoi celorlalţi colegi.

Vom analiza unele dintre cele mai comune motive pentru care oamenii distorsionează adevărul şi le vom ilustra prin cîte un scurt exemplu. Vă puteţi gîndi şi la alte motive pe care să le adăugaţi pe listă[18]?

- *Unele minciuni sînt în avantajul ascultătorului.* Ca să vă faceţi prietena să se simtă bine, îi spuneţi că vă place noua ei coafură, deşi nu vă place, pentru că nu se potriveşte cu stilul ei[19].
- *Unele minciuni vă ajută să cunoaşteţi pe cineva.* Inventaţi o scuză pentru a interacţiona cu cineva, doar ca să îl cunoaşteţi mai bine.

Subiect de discuţie: Distorsionarea adevărului în scopul de a proteja intimitatea cuiva este considerată adesea o componentă a discreţiei.

- *Unele minciuni vă protejează intimitatea.* Un coleg de serviciu vă întreabă cum vă simţiţi şi, deşi aveţi probleme acasă, răspundeţi „bine", pentru că nu vreţi să discutaţi situaţia dumneavoastră de acasă cu el.
- *Unele minciuni contribuie la evitarea conflictului.* Partenerul dumneavoastră întreabă dacă vreţi să îl însoţiţi la o petrecere şi îi răspundeţi că da – deşi nu vreţi – ca să evitaţi o ceartă.
- *Unele minciuni vă fac să creaţi o impresie mai bună.* La o reuniune cu foştii colegi de clasă, exageraţi cu privire la educaţia şi nivelul veniturilor dumneavoastră, ca să vă creaţi o imagine mai bună[20].

Subiect de discuţie: Faptul că oamenii evită sau nu cu succes pedeapsa este irelevant; ei pot distorsiona în continuare adevărul, indiferent de acest lucru.

- *Unele minciuni contribuie la evitarea pedepsei.* Sînteţi oprit din cauză că aţi depăşit viteza admisă şi îi spuneţi poliţistului că nu ştiaţi care este limita – deşi de fapt ştiaţi –, sperînd că nu vă va da amendă.
- *Unele minciuni vă ajută să vă protejaţi de situaţii deranjante.* Cînd mătuşa dumneavoastră vă invită la cină, de Ziua Recunoştinţei, inventaţi o poveste despre faptul că aveţi alte planuri, ca să nu trebuiască să ascultaţi criticile inevitabile ale unchiului dumneavoastră.
- *Unele minciuni vă ajută să vă răzbunaţi pe cineva.* Ca să vă răzbunaţi pe un fost partener pentru că v-a înşelat, răspîndiţi zvonuri false despre acea persoană printre prietenii ei.

Subiect de discuţie: Membrii multor grupuri marginalizate social – inclusiv bolnavii de SIDA, minorităţile sexuale şi victimele violului sau ale incestului – simt că trebuie să-i mintă pe alţii cu privire la aceste caracteristici sau experienţe, pentru a-şi proteja siguranţa, mijloacele de subzistenţă şi/sau relaţiile.

- *Unele minciuni vă ajută să faceţi rău cuiva fără motiv.* Într-o seară, din plictiseală, inventaţi un zvon despre unul dintre colegii dumneavoastră şi începeţi să-l postaţi pe diverse grupuri de discuţii ale clasei.
- *Unele minciuni vă protejează pe dumneavoastră sau mijloacele de subzistenţă pe care vă bazaţi.* Din teama de a nu fi respins din punct de vedere social sau de a nu fi discriminat la angajare, negaţi faptul că suferiţi de o afecţiune psihică, deşi urmaţi un tratament în momentul respectiv.

Unul dintre motivele pentru care oamenii distorsionează adevărul este că vor să îşi creeze o imagine mai bună în faţa altora. Sînteţi vreodată mai puţin onest cu dentistul dumneavoastră în privinţa regularităţii cu care folosiţi aţa dentară? Dacă da, de ce?

- *Unele minciuni vă amuză.* În timpul unei conversaţii cu o persoană care stă lîngă dumneavoastră pe parcursul unui zbor lung cu avionul, îi spuneţi poveşti complet inventate despre dumneavoastră[21].

Indiferent care sînt motivele oamenilor pentru a minţi, există multe modalităţi de a distorsiona adevărul, dincolo de simpla inventare a unor informaţii neadevărate. De exemplu, dacă îi spuneţi dentistului că aţi folosit regulat aţa dentară, cînd de fapt nu aţi făcut-o, aceasta

ste o modalitate de a minţi, dar există şi altele. De fapt, actele de distorsionare a adevărului se încadrează în două categorii: acte de simulare şi acte de disimulare. Le vom analiza mai amănunţit pe ambele.

Unele acte de distorsionare a adevărului sînt acte de simulare

Cînd oamenii oferă informaţii care nu sînt adevărate, se implică în **acte de simulare**. A inventa o scuză pentru a anula o întîlnire, a-i spune unui potenţial angajator că aveţi o diplomă de master cînd de fapt nu aveţi şi a-i spune prietenului că vă place maşina lui nouă, deşi de fapt credeţi că este destul de neatrăgătoare, toate acestea sînt acte de simulare. În fiecare dintre aceste exemple, comunicaţi un mesaj despre care ştiţi că nu este adevărat, cu scopul de a-l determina ascultătorul să îl creadă. Oamenii pot folosi simularea prin intermediul a două comportamente: falsificarea şi exagerarea.

act de simulare Tip de distorsionare a adevărului care implică inventarea unor informaţii sau exagerarea faptelor, cu scopul de a-i induce pe alţii în eroare.

Candidaţii care vor să ocupe un loc de muncă exagerează uneori detaliile experienţei lor de lucru, pentru ca potenţialii angajatori să-i considere mai dezirabili. Studiile arată că exagerarea constituie o formă destul de comună de distorsionare a adevărului.

Oamenii pot minţi prin falsificare. **Falsificarea** este o minciună clară – cu alte cuvinte, comunicarea unor informaţii false ca şi cum ar fi adevărate. De exemplu, să presupunem că Ramon vrea să închirieze un apartament, completează o cerere şi indică faptul că a mai fost chiriaş anterior, deşi nu este adevărat. În acest caz, Ramon şi-a falsificat cererea; a prezentat informaţii despre care ştie că sînt false ca şi cum ar fi adevărate. La fel, dacă Sarah îi spune lui Annette că abia aşteaptă să meargă la concertul la care o va duce pe Annette de ziua ei, cînd de fapt urăşte să meargă, şi ea falsifică realitatea. Deşi Sarah a minţit spre binele lui Annette – în timp ce Ramon a minţit pentru binele propriu –, ambii au făcut uz de falsificare.

falsificarea O formă de distorsionare a adevărului care implică prezentarea unor informaţii false, inventate, ca şi cum ar fi adevărate.

Subiect de discuţie: Falsificarea constituie acea formă de distorsionare pe care oamenii o identifică cel mai rapid drept minciună.

Studiile arată că falsificarea este unul dintre cele mai comune moduri prin care oamenii îi dezamăgesc pe alţii. De exemplu, într-un studiu bazat pe metoda jurnalului, specialista în comunicare Sandra Metts a descoperit că oamenii folosesc falsificarea în aproximativ jumătate dintre tentativele de a distorsiona adevărul[22].

Oamenii pot minţi prin exagerare. Un alt act de distorsionare a adevărului este **exagerarea**, prin care o persoană amplifică un fapt adevărat în principiu. De exemplu, să presupunem că daţi un interviu pentru un post şi exageraţi nivelul responsabilităţii pe care aţi avut-o la ultimul loc de muncă, pentru a părea că sînteţi mai calificat decît în realitate. Puteţi face afirmaţii complet adevărate cu privire la responsabilităţile pe care le aveaţi, dar puteţi exagera nivelul acelor responsabilităţi, pentru a crea o impresie mai favorabilă[23]. Puteţi fi tentat să credeţi că exagerarea nu este un tip de distorsionare a adevărului. De fapt, deoarece îi induce în eroare pe alţii în mod intenţionat, se încadrează în această categorie.

exagerare Tip de distorsionare a adevărului care presupune amplificarea realităţilor sau insistarea prea mare asupra lor.

Subiect de discuţie: Spre deosebire de falsificare, mulţi oameni nu consideră exagerarea o formă de distorsionare a adevărului.

Unele acte de distorsionare a adevărului sînt acte de disimulare

act de disimulare Formă de înșelare care presupune omiterea anumitor detalii care ar schimba caracterul povestirii dacă ar fi cunoscute.

Este mai bine să mințim prin omisiune dacă adevărul i-ar răni pe oameni? Aceasta este întrebarea cu care se confruntă personajul lui Vince Vaughn în filmul The Dilemma *(Cum s-o dai să fie bine, 2011).*

omisiune Un tip de distorsionare a adevărului care implică excluderea unor detalii importante dintr-o relatare.

Cînd recurgem la acte de simulare, facem afirmații sau comunicăm idei care nu sînt adevărate. În schimb, prin **actele de disimulare**, ne ferim să comunicăm informații care, dacă ar fi cunoscute, ar schimba caracterul relatării noastre. Oamenii pot efectua acte de disimulare în două moduri: prin omisiune și prin echivoc.

Oamenii pot minți prin omisiune. **Omisiunea** înseamnă a lăsa deoparte anumite detalii ale unei relatări pentru a crea o impresie falsă. Să presupunem că Lukas este un dealer care încearcă să-i vîndă o mașină second-hand Marthei, o femeie în vîrstă care are un venit fix. Descriindu-i detaliile vînzării, Lukas îi spune Marthei că „mașina are un kilometraj de 18.300 de km, are o garanție limitată, de un an, iar rata va fi de 185 de dolari pe lună". El i-a indicat apoi unde să semneze, Martha a semnat și a plecat acasă cu mașina, descoperind ulterior că rata la mașină este 185 de dolari *la fiecare două săptămîni*. Cînd Lukas i-a spus că va avea de plătit o rată de 185 de dolari, ea a presupus că era vorba despre o rată lunară. Martha și-a dat seama rapid că nu-și permite să păstreze mașina și a fost mînioasă pe Lukas pentru că a indus-o în eroare.

La drept vorbind, tot ce i-a spus Lukas Marthei a fost adevărat – rata la mașină era de fapt de 185 de dolari. Prin urmare, Lukas a distorsionat adevărul? Absolut, deoarece există toate șansele ca el să fi știut că Martha va presupune că el se referă la suma plătită de ea lunar, nu bisăptămînal. Prin urmare, cu bună știință, a creat o impresie falsă în mintea Marthei, nu prin ceea ce a spus, ci prin ceea ce nu a spus. Chiar dacă Lukas i-a spus adevărul, nu i-a spus *întregul* adevăr, iar efectul final a fost inducerea în eroare.

echivoc Un tip de distorsionare care implică a da răspunsuri vagi, ambigue, la o întrebare, pentru a crea impresia falsă că s-a dat răspunsul.

În viața de zi cu zi: Jurămîntul de la tribunal de a spune „adevărul și nu voi ascunde nimic din ceea ce știu" recunoaște faptul că a omite detalii relevante dintr-o relatare poate constitui o distorsionare a adevărului la fel de mare ca falsificarea informațiilor.

Subiect de discuție: Multe persoane ar asocia echivocul cu discursul politicienilor, care pot fi celebri pentru „a bate cîmpii" cu privire la o întrebare, fără a răspunde cu adevărat la ea.

Oamenii pot minți prin echivoc. Folosirea **echivocului** înseamnă exprimarea unor informații atît de vagi și de ambigue, încît creează impresia că s-a comunicat un mesaj care de fapt nu a fost transmis. Să presupunem că Rena îl întreabă pe chelner dacă el consideră că pasta primavera este o alegere bună pentru cină, iar acesta răspunde: „Este unul dintre cele mai populare feluri ale noastre". Rena interpretează acest răspuns drept o indicație că el consideră felul respectiv o alegere potrivită. De fapt, el nu a spus acest lucru, nu-i așa?

În loc să răspundă în mod direct la întrebarea Renei, chelnerul i-a dat un răspuns ambiguu, despre care știa că ea îl va interpreta drept pozitiv. Acesta este un exemplu de echivoc. La fel ca și omisiunea, echivocul creează în mod deliberat o impresie falsă, prin urmare se califică drept o formă de distorsionare.

Secțiunea „Pe scurt" prezintă un rezumat al celor patru tipuri principale de distorsionare. Citiți caseta „Aveți aptitudini?" de mai jos, pentru a vă exersa capacitățile de a identifica respectivele tipuri de distorsionare într-o conversație.

PE SCURT • TIPURI DE DISTORSIONARE A ADEVĂRULUI

Falsificarea • Prezentarea unor afirmaţii false sau inventate ca şi cum ar fi adevărate
Exagerarea • Amplificarea sau insistarea asupra unor informaţii care sînt adevărate, în principiu
Omiterea • Neprecizarea unor informaţii importante dintr-o relatare
Echivocul • Comunicarea unor informaţii vagi sau ambigue, pentru a crea o impresie falsă

AVEŢI APTITUDINI ?

IDENTIFICAREA TIPURILOR DE DISTORSIONARE A ADEVĂRULUI

Exersaţi crearea fiecărui tip de mesaj distorsionant.

Ce ?	De ce ?	Cum ?	Încercaţi !
Învăţaţi să exprimaţi în mai multe forme acelaşi mesaj care distorsionează adevărul.	Pentru a identifica diferenţele şi asemănările dintre tipurile de distorsionare.	1. Recapitulaţi cele patru tipuri principale de distorsionare (falsificarea, exagerarea, omiterea şi echivocul). 2. Pentru fiecare tip de înşelare, scrieţi o întrebare şi apoi un răspuns care să reflecte tipul respectiv. Identificaţi ce informaţii includeţi şi excludeţi, pentru ca fiecare răspuns să distorsioneze realitatea.	1. Realizaţi o conversaţie de tip joc de rol cu un coleg pe care nu îl cunoaşteţi bine, în care acesta vă adresează 6-8 întrebări despre copilăria dumneavoastră. 2. Răspundeţi la fiecare întrebare distorsionînd adevărul, folosind unul dintre cele patru tipuri de distorsionare cel puţin o dată. 3. După conversaţie, rugaţi-l pe colegul de clasă să identifice ce tip de distorsionare s-a reflectat în fiecare răspuns şi corectaţi orice răspuns greşit. Repetaţi procesul, punînd dumneavoastră întrebările de data aceasta.

ANALIZAŢI: ***Cît de corect a identificat fiecare dintre dumneavoastră tipurile de distorsionare folosite de partener?***

Etica în prim-plan: Temă de discuţie la curs: minciunile binevoitoare sînt mai etice decît cele răuvoitoare?

Cînd aflaţi că aţi fost minţit, vă puteţi supăra. Simţiţi că persoana respectivă v-a încălcat încrederea şi a afectat în mod ireparabil relaţia pe care o aveaţi cu ea. De asemenea, vă puteţi mînia pentru că aţi fost minţit – şi poate aţi fi şi jenat pentru că aţi crezut minciuna. Acele sentimente negative sînt probabil amplificate cînd cel care v-a minţit este o persoană apropiată din punct de vedere emoţional, de exemplu, un membru al familiei, un prieten bun sau un partener.

Supărarea cauzată de faptul că au descoperit că au fost minţiţi îi determină pe mulţi oameni să-şi dorească mult să înveţe cum să descopere că alţii distorsionează adevărul. *Dumneavoastră* vă puteţi da seama cînd sînteţi minţit? Care sînt comportamentele cele mai relevante pentru a descoperi distorsionarea adevărului? Ce anume îi determină pe unii oameni să mintă mai bine decît alţii? Vom analiza cîteva dintre aceste întrebări esenţiale.

ÎNVĂŢAŢI Care sînt unele motive comune pentru care oamenii distorsionează adevărul? Ce înseamnă că exagerarea este un act de simulare? Care este diferenţa dintre omisiune şi echivoc?

APLICAŢI Recitiţi lista de motive pentru care oamenii mint, prezentată la începutul acestei secţiuni. Alegeţi un motiv, apoi amintiţi-vă o situaţie în care aţi folosit distorsionarea adevărului în acel scop. Scrieţi o scurtă descriere a modului în care aţi minţit o altă persoană, apoi descrieţi cum v-aţi fi putut atinge acelaşi scop *fără* să distorsionaţi adevărul.

REFLECTAŢI Ce motive pentru a minţi aţi adăuga la lista din această secţiune? Cînd observaţi cel mai frecvent exagerarea sau echivocul?

3. Comportamentele comunicaţionale şi înşelarea

Serialul de televiziune *Lie to Me* (*Minte-mă*), difuzat de canalul Fox, prezintă un psiholog care ajută organizaţii guvernamentale şi funcţionari din domeniul justiţiei să distingă minciunile de adevăr. Deşi psihologul din serial - dr. Cal Lightman - este fictiv, personajul său se bazează pe un psiholog real, dr. Paul Ekman, ale cărui studii au identificat multe comportamente comunicaţionale verbale şi nonverbale comune în actele de distorsionare a adevărului. După cum reiese din serial, detectarea cu succes a minciunilor necesită cunoaşterea indicilor care trebuie căutaţi.

Cît de bine vă pricepeţi *dumneavoastră* să distingeţi adevărul de minciună? Înainte să răspundeţi, vom analiza următorul experiment. Am pus doi studenţi aleşi la întîmplare, pe Machiko şi pe Jody, în camere separate. Am intrat în prima cameră şi i-am spus lui Machiko cum mi-am petrecut vacanţa de vară. Între timp, Jody stă în camera de alături, nefăcînd nimic. După aceea, ne reunim cu toţii şi le întreb atît pe Machiko, cît şi pe Jody dacă mint în ceea ce priveşte vacanţa de vară.

Cercetarea în prim-plan: Numele din acest exemplu - Machiko şi Jody - sînt intenţionat neutre din punctul de vedere al genului. Studiile din domeniul comunicării au evidenţiat puţine diferenţe sistematice - sau chiar nici unele - între capacitatea persoanelor de cele două sexe de a detecta minciunile sau între abilitatea lor de a minţi cu succes[i].

[i]Vezi Burgoon, J.K., Blair, J.P., Buller, D.B., Tilley, P. (2006). *Sex differences in presenting and detecting deceptive messages*. În K. Dindia, D.J. Cana y (eds.), *Sex differences and similarities in com munication* (ediţia a II-a, pp. 263-280). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Machiko a putut să audă tot ce am spus, mi-a ascultat tonul vocii şi mi-a urmărit limbajul trupului, ca să evalueze credibilitatea relatării mele. Jody s-a aflat însă în altă cameră şi nu ştie ce anume am povestit. Cine va reuşi să evalueze mai bine dacă mint sau nu? Machiko, nu-i aşa? La urma urmei, Jody nu are nici un indiciu cu privire la ceea ce am spus şi ar putea la fel de bine să dea cu banul - cel puţin astfel ar avea şanse de 50% să aibă dreptate.

Adevărul este că Machiko ar avea mai multe şanse să evalueze corect, dar nu mult mai multe. În schimb, Jody are 50% şanse să aibă dreptate, dacă dă cu banul. Şansele lui Machiko de a evalua în mod just - chiar după ce a fost în aceeaşi cameră cu mine, mi-a auzit relatarea şi mi-a urmărit limbajul corporal - sînt doar de 55%, *doar puţin mai mari decît dacă Machiko nu s-ar fi aflat acolo*. Conform studiilor, în condiţii normale, în medie, un om poate detecta distorsionarea adevărului în aproximativ 55% din situaţii[24]. Chiar şi anchetatorii din cadrul Poliţiei, psihiatrii, vameşii şi specialiştii în teste cu detectorul de minciuni, de la care ne-am aştepta să se priceapă la detectarea minciunii, de obicei nu se descurcă mai bine decît oamenii obişnuiţi[25].

Detectarea distorsionării adevărului este dificilă

De ce detectăm minciunile întîmplător? Un motiv este faptul că adesea căutăm indicii greşite. De exemplu, de cîte ori nu aţi auzit că absenţa contactului vizual este cel mai sigur indiciu al faptului că sînteţi minţit? De fapt, această idee nu este adevărată, după cum vom vedea în curînd. Evident, cu cît acordăm mai multă atenţie indiciilor nerelevante ale distorsionării adevărului, cu atît ne axăm mai puţin asupra *indiciilor relevante*. Atenţia acordată indiciilor nerelevante ne împiedică de multe ori să identificăm minciunile în mod corect[26].

Un motiv pentru care mulţi dintre noi nu ne pricepem foarte bine la detectarea minciunilor este faptul că vrem să credem că ceilalţi sînt sinceri cu noi. Dacă nu avem un motiv anume să nu facem acest lucru, de obicei credem cele mai multe lucruri pe care ni le spun cei din jur.

Un al doilea motiv pentru care nu ne pricepem foarte bine să identificăm minciunile este faptul că majoritatea vrem să credem ceea ce auzim. Dacă nu avem vreun motiv să nu o facem, tindem să credem ceea ce ne spun alţii. Cercetătorii numesc această tendinţă **biasul adevărului**[27].

biasul adevărului Tendinţa de a crede ce spune cineva, în absenţa unui motiv de a nu-i crede spusele.

De ce avem întotdeauna tendinţa să aplicăm prejudecata adevărului? Un motiv ar fi faptul că, în general, ne aşteptăm să comunicăm în mod plăcut cu ceilalţi, iar a fi minţit poate fi foarte neplăcut[28]. Un alt motiv ar fi faptul că a ne îndoi de tot ce auzim ar necesita foarte multă energie mintală, prin urmare este mult mai uşor să credem ceea ce ni se spune, dacă nu avem un motiv anume să nu procedăm astfel[29].

Subiect de discuţie: Întrebaţi-vă studenţii faţă de cine simt că au cele mai intense biasuri ale adevărului.

Deşi capacitatea medie de a detecta minciunile se situează în jurul procentului de 55%, putem avea rezultate mai bune dacă ştim ce să căutăm şi ce nu în comportamentul oamenilor. Care sînt indiciile cele mai relevante pentru faptul că o persoană minte?

Unele comportamente sînt comune în timpul actelor de distorsionare a adevărului

Specialiştii din diverse domenii au încercat de mult timp să descopere o metodă infailibilă de detectare a minciunilor. Pînă în prezent, studiile au identificat doar un număr redus de comportamente care relevă o relaţie coerentă cu înşelarea, iar nici unul dintre acestea nu caracterizează toate minciunile sau fiecare minciună[30]. Vom analiza acum unele dintre comportamentele verbale şi nonverbale care manifestă asocieri valide cu minţitul şi vom identifica unele comportamente neasociate acestui act.

Subiect de discuţie: O metodă de descoperire a minciunilor este detectorul de minciuni, care evaluează ritmul cardiac, ritmul respirator şi conductibilitatea pielii (măsurată în funcţie de transpiraţie), în timp ce persoana examinată răspunde la întrebări. Detectorul de minciuni funcţionează pe baza premisei că oamenii manifestă o excitare fiziologică atunci cînd mint, din cauza vinovăţiei şi a fricii de a nu fi prinşi.

În viaţa de zi cu zi: În ceea ce priveşte detectarea minciunilor, este la fel de important să ştim ce comportamente trebuie ignorate şi ce comportamente trebuie să căutăm. Motivul este că acurateţea evaluării noastre poate fi afectată în două moduri: atunci cînd credem că o minciună constituie un adevăr şi cînd credem că o afirmaţie adevărată este o minciună. Cînd ne axăm pe indicii nerelevanţi ai distorsionării adevărului, ne pot creşte şansele de a detecta minciuni care de fapt nu există.

Informaţiile false sînt adesea inconsecvente. Unul dintre cele mai clare indicii ale distorsionării adevărului este inconsecvenţa informaţiilor prezentate. Să presupunem că într-o vineri sunaţi la serviciu ca să anunţaţi că sînteţi bolnav, ca să puteţi pleca din oraş şi să petreceţi un weekend la mare. Sîmbătă, în timp ce înotaţi, loţiunea de plajă vi se spală, iar şeful vede luni că aveţi pielea arsă de soare. Această situaţie generează o inconsecvenţă informaţională. Informaţia vizuală oferită de înfăţişarea dumneavoastră vă contrazice relatarea conform căreia aţi stat acasă, fiind bolnav. În plus, fiindcă arsurile provocate de soare sînt greu de confundat cu altceva, şeful dumneavoastră deduce în mod corect că v-aţi prefăcut că sînteţi bolnav.

Uneori, mincinoşii se dau de gol prin inconsecvenţa informaţiilor, iar alteori îi dau de gol alţi oameni. De fapt, specialiştii în comunicare Hee Sun Park, Timothy Levine, Steven McCornack, Kelly Morrison şi Merissa Ferrara au descoperit că informaţiile oferite de terţe părţi reprezintă una dintre cele mai comune modalităţi prin care oamenii află că au fost minţiţi[31]. În legătură cu subiectul nostru anterior, să presupunem că nu v-a ars soarele, dar fiica şefului dumneavoastră s-a întîmplat să fie şi ea la plajă, iar apoi, fără rea intenţie, i-a spus tatălui ei că v-a văzut. Evident, nu a încercat să vă provoace necazuri. Totuşi, din cauză că informaţia prezentată de ea nu se potrivea cu afirmaţia dumneavoastră că aţi fost bolnav, concluzia a fost că nu aţi spus adevărul.

Subiect de discuţie: „Erorile de discurs" sînt un bun exemplu de comportament care prezintă o asociere strînsă cu distorsionarea adevărului, dar mai pot surveni şi din motive care nu au nici o legătură cu sinceritatea vorbitorului. Aceasta exemplifică faptul că nu există indicii comportamentale infailibile privind distorsionarea.

Mincinoşii comit adesea erori de discurs. Cînd oamenii spun minciuni, comit adesea mai multe erori de discurs decît de obicei. Printre erorile de discurs se numără comportamente

precum pauzele excesiv de lungi în mijlocul unei conversaţii (cînd persoana respectivă inventează o poveste), folosirea a numeroase sunete precum „ăăă" şi „mmm". persoana începe să vorbească, dar apoi se opreşte brusc şi îi ia mult timp pînă începe să formuleze răspunsurile la întrebările celor din jur[32].

Cînd anume persoanele care mint sînt cel mai înclinate să facă astfel de erori? Răspunsul este că adesea oamenii se simt vinovaţi sau nervoşi (sau ambele) cînd mint. iar aceste emoţii pot face ca tiparele lor de vorbire să devină mai puţin fluente decît în mod normal[33]. Contează cel mai mult să se ştie cît de lentă şi de fluentă este *de obicei* vorbirea unei persoane, astfel încît să vă daţi seama ulterior dacă persoana respectivă comite mai multe erori de vorbire decît de obicei.

MINŢITUL AMPLIFICĂ DE OBICEI TONALITATEA VOCII. După cum am discutat în capitolul 6, tonalitatea vocii descrie cît de înaltă sau joasă este vocea unei persoane. Uneori, de exemplu cînd vă treziţi dimineaţa, aveţi o tonalitate mai joasă decît normal, iar vocea sună mai profund decît de obicei. Cînd vă simţiţi nervos, incitat sau agitat, survine opusul: tonalitatea dumneavoastră pare mai ridicată decît în mod normal[34].

Subiect de discuţie: O tehnică numită *analiza stresului vocal* analizează sunetul vocii, încercînd să detecteze indicii ale neliniştii, numite tremor vocal, care pot reflecta distorsionarea adevărului. Acurateţea procedurii este încă necunoscută, în mare parte.

Deoarece oamenii devin adesea stresaţi sau nervoşi cînd denaturează adevărul, tonalitatea vocii lor tinde să se amplifice[35]. În plus, pentru că este posibil ca ei să nu-şi dea seama că vorbesc pe un ton mai ridicat, tonalitatea mai înaltă a vocii poate fi un indiciu deosebit de relevant al minciunii. Un studiu efectuat de specialiştii în comunicare Joyce Bauchner, Elyse Kaplan şi Ger ld Miller a relevat că trăsăturile vocale precum tonalitatea sînt indici mai relevanţi ai denaturării adevărului decît alte comportamente nonverbale[36].

DOUĂ COMPORTAMENTE ALE PRIVIRII SÎNT ASOCIATE CU MINŢITUL. În caseta „Realitate sau ficţiune?" este analizat faptul că lipsa contactului vizual este un indiciu foarte nerelevant cu privire la faptul că o persoană minte. *Clipitul* şi *dilatarea pupilelor* (sau mărirea lor) sînt indicii mult mai bune ale distorsionării adevărului. Dacă vă încadraţi în medie, clipiţi de aproximativ 15-20 de ori pe minut, pentru a menţine ochii suficient de umezi[37]. Totuşi, cînd sînteţi nervos sau anxios – aşa cum v-aţi simţi dacă aţi minţi pe cineva – clipiţi mai des, aceasta fiind o modalitate prin care corpul îşi cheltuie energia nervoasă[38]. În plus, pupilele vi se dilată cînd sînteţi emoţionat sau excitat[39]. O serie de studii au demonstrat că, atunci cînd oamenii spun minciuni, pupilele li se dilată mai mult decît de obicei[40].

MINCINOŞII FOLOSESC ADESEA ZÎMBETE FALSE. În medie, oamenii nu zîmbesc mai mult sau mai puţin atunci cînd mint[41]. Totuşi, ceea ce tinde să se schimbe este *tipul* de zîmbet folosit de oameni atunci cînd mint. Mai precis, cei care distorsionează adevărul tind mai degrabă decît oamenii sinceri să apeleze la un *zîmbet fals*, tipul de zîmbet pe care îl afişează cînd vor să pară mai veseli decît sînt de fapt[42]. Una dintre trăsăturile distincte ale zîmbetelor sincere este faptul că determină încreţirea pielii de la colţurile ochilor. În schimb, zîmbetele false nu au acest efect, astfel încît jumătatea superioară şi inferioară a feţei nu par coordonate. Oamenii folosesc adesea zîmbete false cînd se simt supăraţi, dar încearcă să ascundă acest lucru, ca, de exemplu, cînd se simt nervoşi sau vinovaţi din cauză că mint.

Subiect de discuţie: Un zîmbet sincer este numit şi zîmbet Duchenne.

MULŢI MINCINOŞI FOLOSESC MIŞCĂRI CORPORALE MINIME. Cînd sîntem emoţionaţi, mulţi dintre noi ne mişcăm mai mult – ne legănăm înainte şi înapoi mai des decît de obicei. Aceasta este modalitatea prin care corpul nostru elimină energia nervoasă, aşa că poate părea mai rezonabil ca oamenii să manifeste mai multe astfel de mişcări aleatorii cînd mint decît cînd spun adevărul.

mod surprinzător, studiile ne arată exact opusul: persoanele care distorsionează adevărul folosesc *mai puţine* mişcări corporale decît cele care spun adevărul. În particular, studiile despre comunicare arată că, în comparaţie cu persoanele care spun adevărul, persoanele care mint efectuează mai puţine mişcări cu mîinile şi degetele[43], se înclină înainte de mai puţine ori[44], fac mai puţine gesturi[45] şi mişcă picioarele şi labele picioarelor de mai puţine ori[46].

De ce mincinoşii fac mai degrabă mai puţine mişcări, şi nu mai multe? O posibilă explicaţie ar fi faptul că, pentru a evita să fie prinşi, mincinoşii ar putea face eforturi mari ca să nu se agite sau să nu se foiască, astfel încît să nu pară rigizi sau tensionaţi. Un alt posibil motiv ar fi că trebuie să se gîndească la atîtea lucruri cînd mint (de exemplu, dacă povestea este credibilă şi dacă ascultătorul pare suspicios), încît oamenii pur şi simplu nu acordă la fel de multă atenţie comportamentelor lor nonverbale, cum fac în mod normal.

Cînd oamenii încearcă să distorsioneze adevărul, tind să afişeze mai puţin zîmbete sincere. Studiile arată că persoanele care mint sînt mai înclinate să recurgă la zîmbete false, în comparaţie cu persoanele sincere.

REALITATE SAU FICŢIUNE?

Absenţa contactului vizual este cel mai sigur indiciu al minciunii

Întrebaţi aproape pe oricine cum vă daţi seama că sînteţi minţit, iar primul răspuns pe care îl veţi primi probabil va fi: *Urmăreşte lipsa contactului vizual.* În plus, cărţile de autoajutor, site-urile şi chiar versurile cîntecelor repetă această informaţie cunoscută – la urma urmei, toată lumea ştie că cineva care minte nu te poate privi în ochi. Această idee este o realitate sau este ficţiune?

Deşi ar putea fi o realitate în rîndul copiilor, în rîndul adulţilor constituie o ficţiune. După ce ieşim din perioada copilăriei, contactul vizual devine un indiciu *foarte nerelevant* al distorsionării adevărului. De ce? Răspunsul este următorul: contactul vizual este foarte uşor de controlat. În mare parte, nu putem controla ceea ce ni se întîmplă cînd sîntem emoţionaţi – de exemplu, ni se umezesc mîinile sau avem gura uscată. Totuşi, o mare parte dintre noi deţinem foarte mult control asupra a ceea ce privim. Prin urmare, multor adulţi nu le este deloc greu să-i privească pe alţii în ochi în timp ce îi mint. În plus, deoarece persoanele care comunică în mod abil ştiu că oamenii asociază absenţa contactului vizual cu minciuna, ele susţin în mod deliberat contactul vizual normal cînd mint, pentru ca persoana cealaltă să nu devină suspicioasă. Ochii pot fi oglinda sufletului, după cum spune proverbul, dar contactul vizual nu este oglinda sincerităţii.

Sfatul meu

Dacă bănuiţi că vă minte cineva, aveţi grijă să nu trageţi concluzii pripite. Nu uitaţi că există o şansă de aproximativ 50% să vă înşelaţi. Chiar şi indicii relevanţi care arată minciuna, de exemplu, erorile de vorbire şi tonalitatea ridicată a vocii, pot surveni din motive complet independente de minciună. Dacă observaţi aceste comportamente, acordaţi atenţie altor caracteristici care ar putea fi la rîndul lor indicii ale minciunii, de exemplu, inconsecvenţa informaţiilor. În cazul în care credeţi că aţi fost minţit, discutaţi cu persoana respectivă în particular şi transmiteţi-i motivele suspiciunii dumneavoastră.

...a: Zuckerman, M., Driver, R.E. (1985). Telling lies: Verbal and nonverbal correlates of deception. În ...W. Siegman, S. Feldstein (eds.), *Multichannel integrations of nonverbal behavior* (pp. 128-148). Hillsdale, ...Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

În secţiunea „Pe scurt" sînt prezentate opiniile cercetătorilor cu privire la comportamentele comunicaţionale folo... de oameni cînd mint. Înainte să mergem mai departe, ... important să ţinem minte două aspecte despre această ... de comportamente. În primul rînd, acestea nu sînt sin...le comportamente asociate cu minciuna, ci mai degrabă doar unele dintre comportamentele pe care studiile ...re comunicare le-au identificat ca fiind indicii relevante ...tru distorsionarea adevărului. În al doilea rînd, nici unul ...re aceste indicii nu este infailibil. Deşi oamenii tind să

Cercetarea în prim-plan: Unii cercetători studiază în prezent *micromanifestările* – manifestările trecătoare ale emoţiei, la nivelul feţei, încercînd să descopere o metodă mai sigură de a detecta minciuna[i]. Ca în cazul analizei stresului vocal, studiile privind acurateţea micromanifestărilor sînt în desfăşurare, dar încă nu au dat rezultate concludente.

[i]Porter, S., ten Brinke, L. (2008). Reading between the lies: Identifying concealed and falsified emotions in universal facial expressions. *Psychological Science*, 19, pp. 508-514.

facă mai multe erori de vorbire, să facă apel la mai multe zîmbete false, să clipească mai des, să aibă o tonalitate mai înaltă a vocii şi să se mişte mai puţin cînd mint, pot avea toate aceste comportamente şi din alte motive. Specialiştii în comunicare nu au descoperit încă dovezi infailibile privind minciuna şi există posibilitatea să nu le descopere niciodată[47]. Exersaţi-vă capacitatea de a detecta distorsionarea adevărului efectuînd activitatea indicată în caseta „Aveţi aptitudini?" de mai jos.

Subiect de discuţie: Deoarece nici un indicator al distorsionării adevărului nu este infailibil, oamenii se pot purta ca şi cum ar minţi şi în situaţii în care nu mint. În astfel de cazuri, tentativele de a detecta minciuna ar genera rezultate pozitive false. Riscul rezultatelor pozitive false este unul dintre principalele motive pentru care rezultatele testului cu detectorul de minciuni nu sînt admise în procesele penale din SUA.

După ce am analizat o serie de comportamente care trebuie avute în vedere pentru a detecta minciuna, ca, de exemplu, inconsecvenţa informaţiilor, precum şi unele comportamente care trebuie ignorate, de exemplu contactul vizual, vom prezenta diverşii factori care ne influenţează aptitudinile de detectare a minciunilor cînd comunicăm interpersonal.

PE SCURT • COMUNICAREA ÎN TIMP CE MINŢIM

Iată o evaluare a modului în care cîteva comportamente tind să fie influenţate de tentativele de a induce în eroare. Un semn „+" indică faptul că acel comportament se intensifică de obicei în timpul distorsionării adevărului; un semn „–" arată că acel comportament se diminuează. „NS" (nici o schimbare) înseamnă că acel comportament de obicei nu se amplifică sau se diminuează în timpul actelor de distorsionare a adevărului.

Comportament	Modificare tipică, dacă există
Inconsecvenţă informaţională	+
Erori de discurs	+
Rata clipirii	+
Contactul vizual	NS
Dilatarea pupilelor	+
Zîmbete false	+
Zîmbete sincere	NS
Tonalitatea vocii	+
Mişcările corpului	–

ÎNVĂŢAŢI De ce minciuna este atît de greu de detectat? Ce comportamente verbale şi nonverbale constituie indici relevanţi cu privire la faptul că o persoană minte?

APLICAŢI Efectuaţi un sondaj informal printre prietenii şi colegii dumneavoastră de serviciu pentru a vedea pe care comportamente comunicaţionale se bazează cel mai mult pentru a detecta distorsionarea adevărului. Ce grad de consecvenţă au răspunsurile lor? Identifică comportamente verbale sau nonverbale?

REFLECTAŢI Cum v-aţi evalua capacitatea proprie de a detecta minciuna? Faţă de cine manifestaţi cel mai intens bias al adevărului?

AVEŢI APTITUDINI ?

DETECTAREA DISTORSIONĂRII ADEVĂRULUI

Testaţi-vă capacitatea de a separa înşelarea de adevăr

Ce?	De ce?	Cum?	Încercaţi!
Exersaţi-vă capacitatea de a detecta înşelarea în conversaţii.	Pentru a vă îmbunătăţi capacitatea de a diferenţia afirmaţiile adevărate de cele mincinoase.	1. Urmăriţi şi ascultaţi un coleg de grupă care răspunde la întrebări, pentru a stabili dacă vreunul dintre răspunsurile lui distorsionează adevărul. 2. Concentraţi-vă atenţia îndeosebi asupra informaţiilor inconsecvente, erorilor de vorbire, tonalităţii înalte a vocii, zîmbetelor false şi clipitului excesiv, deoarece acestea sînt indicii observabile ale unei posibile distorsionări a adevărului. Totuşi, nu uitaţi că nici unul dintre aceste indicii nu este infailibil. Oricare dintre ele se poate manifesta din motive care nu au legătură cu minţitul.	1. Spuneţi-i colegului de clasă că-i veţi adresa şase întrebări şi că vreţi să vă dea la toate, la unele sau la nici una răspunsuri care distorsionează adevărul. Spuneţi-i partenerului dumneavoastră să noteze dinainte la care întrebare/întrebări plănuieşte să răspundă printr-o minciună. 2. Formulaţi şase întrebări aproximativ la fel de specifice, de exemplu, „Ce ai făcut sîmbăta trecută?", „Pe cine admiri cel mai mult şi de ce?" şi „De ce urmezi această facultate?". Adresaţi-i întrebările pe rînd şi notaţi răspunsurile. 3. După aceea, parcurgeţi întrebările împreună cu colegul dumneavoastră şi indicaţi răspunsurile pe care le-aţi considerat mincinoase. Identificaţi indiciul/indiciile care v-au determinat să credeţi că anumite răspunsuri erau mincinoase. Spuneţi-i apoi colegului să vă comunice la care răspunsuri a distorsionat adevărul.

ANALIZAŢI: ***Ce comportamente verbale sau nonverbale v-au determinat să fiţi suspicios cu privire la răspunsurile colegului dumneavoastră?***

Detectarea minciunilor în diferite contexte

ılte caracteristici ale oamenilor sau ale situaţiilor de comunicare pot fie să îngreuneze, fie faciliteze conştientizarea faptului că sîntem minţiţi. Două exemple ar fi familiaritatea cu .laltă persoană şi gradul de interactivitate al conversaţiei noastre. În această secţiune vom lua o serie de astfel de caracteristici. Folosiţi aceste informaţii în comunicarea interpersonală, ıtru a vă îmbunătăţi capacitatea de detectare a minciunilor.

Înainte să citiţi această secţiune, completaţi testul scurt din caseta „Evaluaţi-vă aptitudinile". ːst exerciţiu vă va ajuta să vă identificaţi presupunerile privind detectarea înşelării, astfel ît să puteţi evidenţia ceea ce învăţaţi în această secţiune.

EVALUAȚI-VĂ APTITUDINILE

Adevărul despre minciună

Este mai ușor să detectați cu precizie minciuna în unele situații decît în altele – dar știți în care? *Înainte să citiți secțiunea 4 din acest capitol*, indicați dacă fiecare dintre afirmațiile de mai jos sînt adevărate sau false, pe baza celei mai bune estimări a dumneavoastră.

Adevărat sau fals?

1. Este mai ușor să detectezi minciuna cînd vorbești cu un străin decît cînd vorbești cu un prieten. ___
2. Persoanele expresive mint mult mai des decît cele neexpresive. ___
3. Detectarea minciunii este mai dificilă în cazul persoanelor care provin din alte culturi decît în cazul celor care provin din propria cultură. ___
4. De obicei, avem mai mult succes cînd mințim atunci cînd sîntem foarte motivați să mințim cu succes. ___
5. Majoritatea oamenilor se pricep mai bine să detecteze minciuna cînd sînt suspicioși decît cînd nu sînt. ___
6. O minciună comunicată prin e-mail are mai multe șanse de succes decît o minciună comunicată față în față. ___

Ignorați răspunsurile la acest test pînă ce terminați de citit secțiunea 4, „Detectarea minciunilor în diferite contexte". Reveniți apoi la răspunsurile dumneavoastră și vedeți la care întrebări ați răspuns corect. Pentru fiecare la care ați răspuns greșit, scrieți cîte o scurtă frază care să indice de ce ați marcat respectivul răspuns. Astfel, puteți identifica orice presupunere incorectă pe care o aveți cu privire la detectarea minciunilor.

Familiaritatea afectează succesul detectării minciunilor

Este mai ușor să detectați minciuna cînd discutați cu străinii sau cu prietenii? Pe de altă parte, puteți fi tentat să răspundeți „cu prietenii", pentru că îi cunoașteți mai bine. Știți cum vorbesc în mod normal, deci este mai ușor să vă dați seama cînd nu sînt ei înșiși. Pe de altă parte, vă puteți gîndi că, din cauză că biasul adevărului este mai intens în cazul prietenilor decît în cazul străinilor[48], aveți mai degrabă tendința să credeți ceea ce auziți de la un prieten, nu de la un străin. Prin urmare, sînteți înclinat să-i analizați mai degrabă pe străini decît pe prieteni, pentru a găsi indicii de distorsionare a adevărului. Prin urmare, în funcție de perspectivă, *ambele* răspunsuri sînt plauzibile. Așadar, care este cel corect?

În viața de zi cu zi: Dacă anumiți prieteni sau membri ai familiei ne-au mințit în trecut, totuși, biasul adevărului – care în mod normal ar fi destul de puternic în aceste relații apropiate – poate deveni de fapt un *bias al minciunii*, determinîndu-ne să analizăm cu suspiciune orice auzim de la persoanele respective.

Pentru a rezolva această enigmă, specialiștii în comunicare au efectuat un experiment în care participanții au făcut în fața unei persoane afirmații false sau eronate[49]. Jumătate dintre participanți au fost asociați cu cîte un prieten apropiat, iar ceilalți cu cîte o persoană necunoscută. După încheierea conversațiilor, prietenii și străinii au fost rugați să spună cît de sinceri i-au considerat pe participanți. Rezultatele au arătat că oamenii detectează cu o precizie mai mare minciunile spuse de străini decît pe cele spuse de prieteni. Cu alte cuvinte, participanții și-au mințit cu mai mult succes prietenii decît străinii. Cercetătorii au concluzionat că biasul adevărului i-a împiedicat pe prieteni să observe că erau mințiți.

Persoanele expresive se pricep mai bine să mintă

Cunoaşteţi probabil persoane foarte expresive ; acestea tind să fie deschise, neinhibate şi îşi manifestă emoţiile foarte demonstrativ. Conform unor studii, persoanele expresive mint cu mai mult succes decît persoanele neexpresive, din cel puţin două motive[50]. În primul rînd, persoanele expresive tind să-şi conştientizeze şi să-şi controleze mai bine comportamentele comunicaţionale, în comparaţie cu persoanele neexpresive. Prin urmare, stilul conversaţional pe care îl adoptă cînd mint pare să fie mai fluent şi mai normal[51].

În al doilea rînd, persoanele care comunică în mod expresiv tind să conştientizeze mai bine comportamentele altor persoane, aşa că se pot pricepe mai bine să anticipeze suspiciunea ascultătorului şi să îşi corecteze comportamentul, pentru a diminua respectivele suspiciuni[52]. Aceasta nu înseamnă neapărat că oamenii expresivi mint mai des decît cei neexpresivi[53], ci că tind să mintă mai bine.

Subiect de discuţie: Persoanele foarte expresive se automonitorizează adesea foarte atent, iar studiile au arătat că oamenii care se automonitorizează eficient se pricep mai bine să-i mintă pe alţii cu succes.

Cultura contează, însă doar uneori

Am observat că, în medie, oamenii detectează minciunile în doar 55% dintre cazuri. Totuşi, majoritatea capacităţilor de detecţie implică vorbitori şi ascultători care au în comun acelaşi fond cultural. Dar dacă ascultaţi pe cineva care provine dintr-o altă cultură decît a dumneavoastră? Diferenţa respectivă ar îngreuna detectarea minciunii?

Bunul-simţ ar sugera acest lucru, deoarece este posibil să nu fiţi familiarizat cu practicile de comunicare ale celeilalte culturi. Dacă nu sînteţi obişnuit cu modul în care se comportă o persoană atunci cînd comunică în circumstanţe normale, cum veţi putea identifica modificări ale comportamentelor respective, cînd persoana minte? Pe baza acestei presupuneri, un studiu anterior a conchis că oamenii detectează de fapt distorsionarea adevărului mult mai precis *în interiorul* unei culturi decît *de la o cultură la alta*[54].

Cînd putem şi să vedem, şi să auzim un vorbitor, cultura din care face parte acesta nu ne influenţează foarte mult capacitatea de a detecta minciuna.

Totuşi, în studiul respectiv participanţilor li s-a cerut să identifice minciuna doar pe baza indiciilor *vizuale*. Ei au urmărit înregistrări video cu două persoane care purtau o conversaţie, dar nu puteau să audă ce spuneau oamenii respectivi. În consecinţă, nu au putut să detecteze informaţiile inconsecvente sau să asculte indici vocali. Au trebuit mai degrabă să-şi bazeze evaluările exclusiv pe comportamentele pe care le puteau *vedea*.

Cercetătorii au repetat ulterior studiul respectiv, dar de data aceasta le-au permis participanţilor să *audă* ce spuneau vorbitorii. Cînd au făcut acest lucru, au descoperit că participanţii erau la fel de capabili să detecteze minciunile spuse de vorbitorii din propria lor cultură şi pe cele spuse de vorbitorii din alte culturi[55]. Putem concluziona, pe baza acestor rezultate, că diferenţele culturale ne pot influenţa capacitatea de a detecta distorsionarea adevărului, dar numai cînd avem acces limitat la ceea ce spune vorbitorul. În conversaţiile normale, faţă în faţă, cultura pare să conteze mai puţin.

Motivaţia nu este întotdeauna benefică

Să presupunem că aţi simţit întotdeauna că trebuie să minţiţi, dar consecinţele faptului că aţi putea fi prins erau severe, de exemplu, puteaţi fi exmatriculat sau puteaţi face închisoare. Probabil că aţi fi foarte motivat să minţiţi cu succes – dar acest lucru v-ar ajuta sau v-ar dăuna ? Adesea ne descurcăm mai bine cînd sîntem foarte motivaţi. Totuşi, conform specialistei

în psihologie socială Bella DePaulo, această observaţie nu se aplică şi minţitului. Ipoteza ei, denumită **efectul afectării motivaţiei**, susţine că atunci cînd oamenii spun minciuni cu miză mare, motivaţia lor de a avea succes va avea consecinţe negative, astfel încît performanţa lor verbală să fie *mai puţin* credibilă decît în mod normal[56].

efectul de afectare a motivaţiei Ipoteză conform căreia motivaţia de a minţi cu succes afectează performanţele verbale ale celui care minte, astfel încît minciuna are mai puţine şanse să fie crezută.

Efectul afectării motivaţiei explică faptul că, atunci cînd oamenii încearcă să spună minciuni cu miză mare, motivaţia lor de a avea succes poate avea un efect negativ, determinîndu-i să se comporte cu nervozitate şi, prin urmare, să pară nesinceri.

Cercetarea în prim-plan: Cercetătorii desemnează uneori minciunile cu miză mare drept minciuni de tip I, iar minciunile cu miză mică drept minciuni de tip II. Efectul afectării motivaţiei, descris de DePaulo, este cel mai relevant în cazul minciunilor de tip I.

De ce se întîmplă acest lucru? Răspunsul este că, atunci cînd consecinţele faptului că putem fi prinşi cu o minciună sînt grave, manifestăm un nivel crescut de energie nervoasă, pe care trebuie să o controlăm, dacă vrem să minţim cu succes. Totuşi, cu cît încercăm să ne controlăm energia nervoasă, cu atît putem crea impresia că sîntem nesinceri şi nenaturali. Mai simplu spus, cînd oamenii spun minciuni cu miză mare, motivaţia lor de a avea succes le va afecta în cele din urmă reuşita[57]. În schimb, deoarece consecinţele minciunilor cu miză mică nu produc acelaşi nivel de excitare nervoasă, teoria lui DePaulo nu anticipează că motivaţia lor de a reuşi îi va afecta, atunci cînd oamenii vor încerca să spună o minciună cu miză mică.

Suspiciunea poate afecta capacitatea de detectare a minciunilor

Cînd ne simţim suspicioşi cu privire la ceea ce ne spune cineva, avem tendinţa de a analiza comportamentul şi mesajul persoanei respective mai mult decît de obicei. Prin urmare, pare logic să presupunem că ne pricepem mai bine să detectăm denaturarea adevărului atunci cînd sîntem suspicioşi, decît cînd nu sîntem. Totuşi, lucrurile nu par să stea aşa. Conform studiilor, deşi suspiciunea îi determină pe oameni să creadă că sînt minţiţi, nu îi determină să fie mai pricepuţi la detectarea minciunii[58]. De fapt, conform unor studii, suspiciunea poate de fapt să *diminueze*, nu să amplifice capacitatea de a detecta minciunile[59].

Subiect de discuţie: Suspiciunea amplifică atenţia acordată comportamentul altei persoane, un factor care contribuie la identificarea indicilor de denaturare a adevărului, dar creşte totodată şansele de a face presupuneri „fals pozitive" sau de a considera afirmaţii adevărate drept minciuni.

Un motiv pentru care suspiciunea ne-ar putea afecta capacitatea de detecţie este sugerat de *teoria înşelării*, propusă de cercetătorii David Buller şi Judee Burgoon[60]. Potrivit acestei teorii, mincinoşii abili pot detecta cînd oamenii sînt suspicioşi şi îşi adaptează apoi comportamentul, ca să pară mai oneşti.

De exemplu, să presupunem că noul medic al lui Eliah îl întreabă cît de des face sport. Ca să facă o impresie bună, Eliah exagerează, spunînd că înoată de cel puţin patru ori pe săptămînă. Îşi dă seama imediat că medicul îi priveşte răspunsul cu suspiciune, aşa că îşi adaptează comportamentul, ca să pară sincer. Se asigură că vorbeşte pe un ton normal şi fără să comită erori de discurs prea multe. Evită rîsetele nervoase, zîmbetele false şi clipitul excesiv. Are grijă să se mişte şi să gesticuleze normal. Deoarece observă suspiciunea medicului, se asigură că va comunica în moduri care transmit mai degrabă sinceritatea decît denaturarea adevărului. În consecinţă, medicul îl crede în cele din urmă pe Eliah, deşi acesta nu este sincer.

Un alt motiv pentru care suspiciunea ne poate diminua capacitatea de detectare a minciunilor este ceea ce cercetătorii denumesc *eroarea Othello*. Această eroare survine atunci cînd suspiciunea unui ascultător îl determină pe un vorbitor sincer să pară că minte, deşi nu este aşa. Să presupunem că Maggie îi explică unei asistente de la şcoală că fiul ei de şase ani are o vînătaie pe faţă pentru că a căzut din pat. Din cauză că asistenta vede des copii abuzaţi fizic, ea are bănuieli cu privire la adevărul relatării lui Maggie. Maggie simte suspiciunile asistentei,

se emoţionează şi se fistîceşte. Începe să se agite, comite erori de discurs şi apelează la zîmbete false. Observînd aceste comportamente, asistenta conchide că Maggie denaturează adevărul, doar din cauză că suspiciunea evidentă a asistentei a intimidat-o. În acest caz, asistenta nu a detectat cu acurateţe denaturarea adevărului – nu a crezut o minciună, însă nu a reuşit să creadă adevărul[61].

Contextele noninteractive sînt cele mai propice detectării minciunilor

Să presupunem că managerul regional al lui Stan i-a spus să depună un raport cu privire la profiturile semestriale ale companiei la biroul de audit federal. El i-a spus lui Stan că raportul nu trebuia redactat mai devreme de şase săptămîni, dar că trebuia depus pînă la termenul-limită, altfel compania ar fi trebuit să plătească penalităţi. Avînd atît de mult timp pînă la termenul limită, Stan a tot amînat sarcina, axîndu-se pe proiecte mai presante. În momentul în care şi-a amintit, trecuseră deja trei zile de la termenul-limită.

Temîndu-se că neglijenţa lui l-ar putea costa slujba, Stan alege să-l mintă pe manager cu privire la motivul întîrzierii raportului. Are cîteva opţiuni cu privire la modul în care să-şi comunice minciuna : o poate spune la telefon, lăsînd un mesaj în căsuţa vocală sau trimiţînd un e-mail. Care opţiune îi oferă cele mai bune şanse de succes ? Pe de o parte, am putea spune că un **context interactiv**, de exemplu, cel faţă în faţă sau conversaţia telefonică, îl ajută cel mai mult pe Stan, pentru că poate asculta şi urmări indiciile suspiciunii manifestate de managerul său, iar apoi şi-ar putea adapta comportamentul în consecinţă. Pe de altă parte, un **context noninteractiv**, de exemplu, căsuţa vocală sau e-mailul, ar putea fi mai indicat, deoarece îi conferă lui Stan cel mai mult control asupra mesajului său.

> ➲ **context interactiv** Context al comunicării în care participanţii se pot vedea şi/sau auzi unul pe celălalt şi pot reacţiona în timp real (de exemplu, conversaţiile faţă în faţă, conversaţiile telefonice).

> ➲ **context noninteractiv** Context al comunicării în care participanţii nu pot interacţiona unul cu celălalt în timp real (de exemplu un mesaj din căsuţa vocală, un e-mail).

Cercetătorii specializaţi în comunicare au descoperit că minciunile au mai multe şanse de reuşită într-un context interactiv decît într-unul noninteractiv – însă numai cînd vorbitorul minte un *străin*[62]. Aparent, interacţiunea directă cu vorbitorii îi determină pe oameni să creadă mai mult spusele acestora. O posibilă explicaţie ar fi faptul că interacţiunea creează o impresie de conexiune cu celălalt, care lipseşte în contextele noninteractive. În plus, cînd oamenii sînt implicaţi în conversaţii, acordă mai multă atenţie propriilor comportamente comunicaţionale decît comportamentelor celorlalţi. În consecinţă, ascultătorii pot fi înclinaţi într-o mai mică măsură să observe orice indicii de denaturare a adevărului manifestate de vorbitor[63].

Totuşi, dacă vorbitorul şi ascultătorul sînt deja prieteni, atunci interactivitatea contextului nu pare să conteze. În astfel de cazuri, minciunile au un succes la fel de mare în contexte interactive şi noninteractive. Poate că dacă prietenii simt deja o conexiune emoţională reciprocă, atunci comunicarea în contexte interactive nu mai oferă un avantaj.

Cu siguranţă, familiaritatea, expresivitatea, cultura, motivaţia, suspiciunea şi interactivitatea nu sînt singurele caracteristici care ne influenţează capacităţile de detecţie, însă fiecare dintre aceşti factori poate juca un rol important în capacitatea noastră de a detecta cu succes denaturarea adevărului.

> *Cînd oamenii comunică cu străini, tind mai puţin să fie prinşi că mint cînd vorbesc faţă în faţă decît dacă schimbă e-mailuri. Interactivitatea ne amplifică biasul adevărului, însă numai în privinţa străinilor. Cu prietenii, modul de comunicare nu afectează capacitatea de a detecta minciuni.*

Deşi denaturarea adevărului este relativ comună în comunicare, uneori poate cauza neplăceri mari. Cînd într-o relaţie personală este descoperită denaturarea adevărului, acest fapt poate cauza conflicte şi sentimente de mînie şi trădare. Adesea ne este greu să iertăm persoanele care ne-au minţit, darmite să mai avem iar încredere în ele.

În acest capitol v-au fost prezentate multe aptitudini de detectare a minciunilor interpersonale, iar din capitolele anterioare aţi aflat aptitudinile de gestionare a conflictelor şi de menţinere a relaţiilor interpersonale. Înarmaţi cu aceste aptitudini, vi se poate părea mai uşor să reacţionaţi la detresa emoţională asociată cu minciuna şi să remediaţi daunele emoţionale pe care le poate cauza.

ÎNVĂŢAŢI Este mai uşor să detectaţi minciunile străinilor sau ale prietenilor? De ce persoanele expresive se pricep să mintă mai bine decît persoanele inexpresive? Cum ne influenţează diferenţele culturale capacitatea de a detecta minciuna? Care este motivaţia efectului de afectare? Cum ne influenţează suspiciunea capacitatea de a detecta minciuni? Minciunile sînt mai uşor de detectat în contexte interactive sau noninteractive?

APLICAŢI Perfecţionaţi-vă capacitatea de detectare a minciunilor, adoptînd o atitudine de acceptare prudentă a informaţiilor, îndeosebi cînd provin de la oameni foarte expresivi. Antrenaţi-vă să priviţi dincolo de comportamentele lor expresive şi să puneţi sub semnul întrebării credibilitatea a ceea ce auziţi.

REFLECTAŢI Cînd simţiţi suspiciune la adresa altora? Pe cine vă este cel mai greu să minţiţi?

REŢINEŢI IDEILE DIN CAPITOL

1. Specificul înşelării interpersonale (p. 405)
   - Denaturarea adevărului survine atunci cînd un vorbitor transmite cu bună ştiinţă şi intenţionat informaţii false, pentru a-i induce ascultătorului convingeri false.
   - Actele de denaturare a adevărului au trei elemente fundamentale: vorbitorul ştie că informaţiile sînt false, vorbitorul transmite informaţiile în mod voit şi încearcă să îl determine pe ascultător să creadă că informaţiile sînt adevărate.
   - Denaturarea adevărului este deosebit de comună în slujba politeţii şi în comunicarea mediată de calculator.
2. Diversitatea actelor de denaturare a adevărului (p. 411)
   - Oamenii au cîteva motive pentu a minţi; unele sînt binevoitoare, altele maliţioase, iar altele benigne.
   - Unele acte de denaturare a adevărului sînt acte de simulare; printre acestea se numără falsificarea şi exagerarea.
   - Unele acte de denaturare a adevărului sînt acte de disimulare; printre acestea se numără omisiunea şi echivocul.
3. Comportamentele comunicaţionale şi înşelarea (p. 416)
   - Detectarea minciunilor este adesea foarte dificilă, parţial pentru că oamenii au adesea un bias al adevărului.
   - Printre comportamentele comune în timpul tentativelor de denaturare a adevărului se numără inconsecvenţa informaţiilor, erorile de discurs, clipitul frecvent, dilatarea pupilelor, zîmbetele false, tonalitatea vocală mai înaltă şi diminuarea mişcărilor corporale.
4. Detectarea minciunilor în diferite contexte (p. 421)
   - În general, oamenii se pricep mai bine să detecteze minciunile străinilor decît pe cele ale prietenilor.
   - Adesea, persoanele expresive mint cu mai mult succes decît persoanele inexpresive.
   - Diferenţele culturale par să conteze numai cînd ascultătorul are acces limitat la ceea ce spune vorbitorul.
   - Motivaţia de a minţi cu succes nu este întotdeauna utilă, iar în cazul minciunilor cu miză mare poate chiar să afecteze capacitatea unei persoane de a reuşi să mintă abil.
   - Suspiciunea nu îmbunătăţeşte neapărat capacitatea de detectare a minciunilor.
   - Minciunile pot fi detectate mai uşor în contexte noninteractive decît în contextele interactive, dar numai în cazul străinilor.

TERMENI-CHEIE

act de disimulare (p. 414)
act de simulare (p. 413)
biasul adevărului (p. 416)
context interactiv (p. 425)
context noninteractiv (p. 425)
echivoc (p. 414)
efectul de afectare a motivaţiei (p. 424)
exagerare (p. 413)
falsificare (p. 413)
înşelare (p. 406)
omisiune (p. 414)

ÎNTREBĂRI PENTRU DISCUŢII

A fi politicos implică adesea a minţi; minţitul se justifică dacă are drept scop evitarea supărării cuiva? Dar dacă are drept scop salvarea vieţii unei persoane?
Cum vă simţiţi cînd minţiţi pe cineva? În ce situaţii aveţi tendinţa să vă simţiţi agitat? În care tindeţi să vă simţiţi vinovat?
De ce credeţi că majoritatea oamenilor reuşesc într-o măsură prea mică să detecteze înşelarea?
Faţă de care persoane din existenţa dumneavoastră aveţi cel mai intens bias al adevărului? Există cineva pe care l-aţi crede *cu orice preţ*? Explicaţi.

TEST RECAPITULATIV

Întrebări cu răspunsuri multiple

Comunicarea unor informaţii neadevărate ca şi cum ar fi adevărate se numeşte:
a. un act de disimulare;
b. omisiune;
c. exagerare;
d. falsificare.
Mincinoşii tind mai degrabă decît oamenii sinceri să manifeste:
a. erori de discurs;
b. o tonalitate vocală înaltă;
c. zîmbete false;
d. toate cele de mai sus.
Cele două comportamente vizuale asociate cu minţitul sînt:
a. absenţa contactului vizual şi clipitului;
b. absenţa contactului vizual şi dilatarea pupilelor;
c. clipitul şi dilatarea pupilelor;
d. nici unul dintre acestea.
Kyra a stat aseară pînă tîrziu şi nu şi-a terminat raportul. Pentru a evita să fie concediată, i-a spus şefului ei că i s-a stricat calculatorul şi a pierdut raportul. Acest exemplu ilustrează care dintre următoarele motive pentru care oamenii denaturează adevărul?
a. ca să se amuze;
b. ca să reuşească să cunoască pe cineva;
c. ca să evite o pedeapsă;
d. ca să-şi protejeze intimitatea.
Studiile arată că, atunci cînd oamenii descoperă că au fost minţiţi, tind să afle acest lucru:
a. prin intermediul informaţiilor oferite de o terţă parte;
b. de la cel care i-a minţit;
c. prin intermediul dovezilor concrete;
d. nici unul dintre răspunsurile de mai sus nu este corect.

Completaţi spaţiile goale

Minciunile care presupun pedepse severe în caz că autorul lor este prins se mai numesc ___.
În medie, oamenii pot detecta minciunile în ___ % din timp.

8. ___survine din cauză că tindem să credem ce ne spun ceilalți.
9. Într-o comparație între culturi, oamenii sînt înclinați într-o măsură mai ___ să detecteze minciunile altor persoane din aceeași cultură, cînd au indici limitați.
10. Minciunile au șanse mai mari de reușită în contexte ___, mai ales cînd comunică cu un străin.

Răspunsuri

Întrebări cu răspuns multipiu 1 (d); 2 (d); 3 (c); 4 (c); 5 (a); Completați spațiile goale: 6. (minciuni cu miză mare); 7 (55); 8 (biasul adevărului); 9 (mare); 10 (noninteractive).

RESURSE

Filme

Breach (*Breșă de securitate*, dramă, 2007, cu acordul părinților)
Breșă de securitate se bazează pe povestea adevărată a lui Robert Hanssen, fost agent FBI, care ispășește în prezent pedeapsa cu închisoarea pe viață pentru că a vîndut fostei Uniuni Sovietice secrete de stat ale SUA. Filmul îl prezintă pe Ryan Phillippe în rolul lui Eric O'Neill, un specialist în calculatoare care lucra pentru Hanssen și aduna dovezi privind activitățile lui ilegale. Într-o manieră dramatică, filmul prezintă consecințele minciunii cu miză mare.

The Dilemma (*Dilema*, comedie, 2011, cu acordul părinților)
Ronny (interpretat de Vince Vaughn) și Nick (interpretat de Kevin James) sînt parteneri de afaceri și prieteni foarte buni care se cunosc din liceu. Pe cînd căuta o locație pentru a-i cere mîna prietenei sale, Ronny o vede pe soția lui Nick, Geneva (interpretată de Winona Ryder) sărutînd un alt bărbat. Ronny se confruntă cu dilema de a fi onest față de Nick sau de a o ajuta pe Geneva să-l mintă. Dilema lui Ronny ilustrează convingător ideea denaturării adevărului prin omisiune.

Cărți și articole din periodice

Buller, D.B., Burgoon, J.K. (1996). Interpersonal deception theory. *Communication Theory*, 6, pp. 203-242.
Ford, C.V. (1999). *Lies! Lies! Lies!!! The psychology of deceit*. Washington, DC: American Psychiatric Press.
Lieberman, D.J. (1999). *Never be lied to again: How to get the truth in 5 minutes or less in any conversation or situation*. New York: St. Martin's Griffin.
Smith, D.L. (2004). *Why we lie: The evolutionary roots of deception and the unconscious mind*. New York: St. Martin's.

Site-uri

www.truthaboutdeception.com
Acest site oferă comentarii și sfaturi despre gestionarea denaturării adevărului în relațiile personale și sociale.

deception.crimepsychblog.com
Acest blog, care are drept temă aplicarea cercetărilor psihologice în studiul înșelării, oferă o prezentare amplă a unor studii interesante despre denaturarea adevărului.

Note

Capitolul 1

1. Andersen, H.S., Sestoft, D., Lillebæk, T., Gabrielsen, G., Hemmingsen, R., Kramp, P. (2000). A longitudinal study of prisoners on remand : Psychiatric prevalence, incidence, and psychopathology in solitary vs. non-solitary confinement. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 102, pp. 19-25.
2. Vezi, de exemplu, Ray, E.B. (ed.) (2005). *Health communication in practice : A case study approach.* Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
3. Perry, B.D. (2002). Childhood experience and the expression of genetic potential : What childhood neglect tells us about nature and nurture. *Brain and Mind*, 3, pp. 79-100.
4. Field, T. (2001). *Touch.* Cambridge, MIT Press.
5. Holt-Lunstad, J., Smith, T.B., Layton, J.B. (2010). Social relationships and mortality risk : A meta-analytic review. *PLoS Med*, 7(7), e1000316. doi : 10.1371/journal.pmed.1000316.
6. Kiecolt-Glaser, J.K., Loving, T.J., Stowell, J.R., Malarkey, W.B., Lemeshow, S., Dickinson, S.L., Glaser, R. (2005). Hostile marital interactions, proinflammatory cytokine production, & wound healing. *Archives of General Psychiatry*, 62, pp. 1377-1384 ; Cohen, S., Doyle, W.J., Skoner, D.P., Rabin, B.S., Gwaltney, J.M. (1997). Social ties and susceptibility to the common cold. *Journal of the American Medical Association*, 277, pp. 1940-1944.
7. Segrin, C., Passalacqua, S.A. (2010). Functions of loneliness, social support, health behaviors, and stress in association with poor health. *Health Communication*, 25, pp. 312-322.
8. Link, B.G., Phelan, J.C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, pp. 363-385.
9. Parker, R., Aggleton, P. (2003). HIV and AIDS-related stigma and discrimination : A conceptual framework and implications for action. *Social Science & Medicine*, 57, pp. 13-24.
10. Barbato, C.A., Graham, E.E., Perse, E.M. (2003). Communicating in the family : An examination of the relationship of family communication climate and interpersonal communication motives. *Journal of Family Communication*, 3, pp. 123-148.
11. Baxter, L.A. (2004). Relationships as dialogues. *Personal Relationships*, 11, pp. 1-22.
12. Chan, D.K.-S., Cheng, G.H.-L. (2004). A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, pp. 305-320.
13. Vezi, de exemplu, Usita, P.M., Blieszner, R. (2002). Immigrant family strengths : Meeting communication challenges. *Journal of Family Issues*, 23, pp. 266-286.
14. Pickett, C.L., Gardner, W.L., Knowles, M. (2004). Getting a clue : The need to belong and enhanced sensitivity to social cues. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, pp. 1096-1107.
15. Diener, E., Seligman, M.E.P. (2002). Very happy people. *Psychological Science*, 13, pp. 81-84.
16. Mehl, M.R., Vazire, S., Holleran, S.E., Clark, C.S. (2010). Eavesdropping on happiness : Well-being is related to having less small talk and more substantive conversations. *Psychological Science*, 21, pp. 539-541.
17. Popenoe, D. (2007). *The state of our unions : The social health of marriage in America.* Piscataway, National Marriage Project ; vezi şi Glenn, N.D., Weaver, C.N. (1981). The contribution of marital happiness to global happiness. *Journal of Marriage and the Family*, 43, pp. 161-168.
18. Mead, D.E. (2002). Marital distress, co-occurring depression, and marital therapy : A review. *Journal of Marital & Family Therapy*, 28, pp. 299-314.
19. Yeung, K-T., Martin, J.L. (2003). The looking glass self : An empirical test and elaboration. *Social Forces*, 81, pp. 843-879.

20. Astin, A.W., Astin, H.S., Lindholm, J.A. (2010). *Cultivating the spirit: How college can enhance students' inner lives*. San Francisco, Jossey-Bass.
21. Koltko-Rivera, M.E. (2006). Rediscovering the later version of Maslow's hierarchy of needs: Self--transcendence and opportunities for theory, research, and unification. *Review of General Psychology*, 10, pp. 302-317.
22. Johnson, A.M., Lederer, A.L. (2005). The effect of communication frequency and channel richness on the convergence between chief executive and chief information officers. *Journal of Management Information Systems*, 22, pp. 227-252.
23. Walther, J.B., Parks, M.R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. În M.L. Knapp, J.A. Daly (eds.), *Handbook of interpersonal communication* (ed. a III-a, pp. 529-563). Thousand Oaks, Sage.
24. Allwood, J. (2002). Bodily communication dimensions of expression and content. În B. Granstrom, D. House, I. Karlsson (eds.), *Multimodality in language and speech systems* (pp. 7-26). Dordrecht, Kluwer Academic.
25. Motley, M.T. (1990). On whether one can(not) communicate: An examination via traditional communication postulates. *Western Journal of Speech Communication*, 54, pp. 1-20.
26. Această poziţie li se atribuie de obicei lui Watzlawick, T., Beavin, J., Jackson, D. (1967). *The pragmatics of human communication*. New York, Norton.
27. Vezi Motley, 1990.
28. Buck, R., Van Lear, C.A. (2002). Verbal and nonverbal communication: Distinguishing symbolic, spontaneous and pseudo-spontaneous nonverbal behavior. *Journal of Communication*, 52, pp. 522-541.
29. Kramer, M.W., Hess, J.A. (2002). Communication rules for the display of emotions in organizational settings. *Management Communication Quarterly*, 16, pp. 66-80.
30. National Communication Association (1999). *How Americans communicate* [online]. Accesat la 16 aprilie 2006, pe http://www.natcom.org/research/Roper/how_americans_communicate.htm
31. Huston, T.L., Melz, H. (2004). The case for (promoting) marriage: The devil is in the details. *Journal of Marriage and Family*, 66, pp. 943-958.
32. Pentru un text clasic, vezi Katriel, T., Philipsen, G. (1981). "What we need is communication": "Communication" as a cultural category in some American speech. *Communication Monographs*, 48, pp. 300-317.
33. McDaniel, S.H., Beckman, H.B., Morse, D.S., Silberman, J., Seaburn, D.B., Epstein, R.M. (2007). Physician self-disclosure in primary care visits: Enough about you, what about me? *Archives of Internal Medicine*, 167, pp. 1321-1326.
34. Golish, T.D. (2000). Changes in closeness between adult children and their parents: A turning point analysis. *Communication Reports*, 13, pp. 79-97.
35. National Communication Association, 1999.
36. Emmers-Sommer, T.M. (2004). The effect of communication quality and quantity indicators on intimacy and relational satisfaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, pp. 399-411.
37. Kiecolt-Glaser, J.K., Newton, T.L. (2001). Marriage and health: His and hers. *Psychological Bulletin*, 127, pp. 472-503.
38. Olstad, R., Sexton, H., Søgaard, A.J. (2001). The Finnmark Study: A prospective population study of the social support buffer hypothesis, specific stressors and mental distress. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 36, pp. 582-589.
39. Beatty, M.J., Marshall, L.A., Rudd, J.E. (2001). A twins study of communicative adaptability: Heritability of individual differences. *Quarterly Journal of Speech*, 87, pp. 366-377.
40. Spitzberg, B.H. (2000). What is good communication? *Journal of the Association for Communication Administration*, 29, pp. 103-119.
41. Spitzberg, B.H. (2000). A model of intercultural communication competence. În L. Samovar, R. Porter (eds.), *Intercultural communication: A reader* (ed. a II-a, pp. 7-24). Belmont, Wadsworth.
42. Alptekin, C. (2002). Towards intercultural communicative competence in ELT. *ELT Journal*, 56, pp. 57-64.
43. Schraw, G. (1998). Promoting general metacognitive awareness. *Instructional Science*, 26, pp. 113-125.
44. Goleman, D. (2006). *Social intelligence: The new science of human relationships*. New York, Bantam.
45. Stamp, G.H. (1999). A qualitatively constructed interpersonal communication model: A grounded theory analysis. *Human Communication Research*, 25, pp. 531-547.

16. Preston, S.D., de Waal, F.B.M. (2001). Empathy : Its ultimate and proximate bases. *Behavioral and Brain Sciences*, 25, pp. 1-20.
17. Benet-Martinez, V., Lee, F., Leu, J. (2006). Biculturalism and cognitive complexity : Expertise in cultural representations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37, pp. 386-407.

Capitolul 2

1. Tajfel, H., Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. În S. Worchel, W.G. Austin (eds.), *The psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago, Nelson-Hall.
2. Levitt, M.J., Lane, J.D., Levitt, J. (2005). Immigration stress, social support, and adjustment in the first postmigration year : An intergenerational analysis. *Research in Human Development*, 2, pp. 159-177.
3. Öhman, L., Bergdahl, J., Nyberg, L., Nilsson, L.-G. (2007). Longitudinal analysis of the relation between moderate long-term stress and health. *Stress and Health*, 23, pp. 131-138.
4. Vezi, de exemplu, Rushton, J.P. (2005). Ethnic nationalism, evolutionary psychology and genetic similarity theory. *Nations and Nationalism*, 11, pp. 489-507.
5. McConnell, A.R., Leibold, J.M. (2001). Relations among the Implicit Association Test, discriminatory behavior, and explicit measures of racial attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, pp. 435-442.
6. Suransky-Polakov, S. (2002). Denmark : Rebuffing immigrants. Accesat la 27 iulie 2007, pe http : // www.worldpress.org/Europe/642.cfm
7. Gordon, R.G. (ed.) (2009). *Ethnologue : Languages of the world* (ed. a XVI-a). Dallas, SIL International.
8. Office of the New York State Comptroller : http : //www.osc.state.ny.us
9. Gordon, 2009.
10. Foundation for Endangered Languages : http : //www.ogmios.org/home.htm
11. Vezi Williams, R.M. (1970). *American society : A sociological interpretation* (ed. a III-a). New York, Knopf.
12. Padden, C., Humphries, T. (1988). *Deaf in America : Voices from a culture*. Cambridge, Harvard University Press.
13. Holcomb, R.K., Holcomb, S.K., Holcomb, T.K. (1995). *Deaf culture our way* (ed. a III-a). San Diego, DawnSign.
14. Leathers, D.G. (1997). *Successful nonverbal communication : Principles and applications* (ed. a III-a). Boston, Allyn & Bacon.
15. Triandis, H.C. (1990). Cross-cultural studies of individualism and collectivism. În J. Berman (ed.), *Nebraska symposium on motivation* (pp. 41-133). Lincoln, University of Nebraska Press.
16. Hofstede, G. (2003). *Cultures consequences : Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (ed. a II-a). Thousand Oaks, Sage.
17. Piot, C. (1999). *Remotely global : Village modernity in West Africa*. Chicago, University of Chicago Press.
18. Hofstede, 2003.
19. Cai, D.A., Fink, E.L. (2002). Conflict style differences between individualists and collectivists. *Communication Monographs*, 69, pp. 67-87.
20. Hall, E.T. (1959). *Beyond culture*. New York, Doubleday.
21. Ambady, N., Koo, J., Lee, F., Rosenthal, R. (1996). More than words : Linguistic and nonlinguistic politeness in two cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, pp. 996-1011.
22. Hofstede, 2003.
23. Hofstede, G., Hofstede, G.J. (2004). *Cultures and organizations : Software of the mind* (ed. a II-a). Boston, McGraw-Hill.
24. Andersen, P. (1991). Explaining intercultural differences in nonverbal communication. În L.A. Samovar, R.E. Porter (eds.), *Intercultural communication : A reader* (ed. a VI-a, pp. 286-296). Belmont, Wadsworth.
25. Yook, E.L., Albert, R.D. (1998). Perceptions of the appropriateness of negotiation in educational settings : A cross-cultural comparison among Koreans and Americans. *Communication Education*, 47, pp. 18-29.

Hofstede, Hofstede, 2004.

27. *Ibid.*
28. Hall, E.T, Hall. M.R. (1990). *Understanding cultural differences : Germans, French, and Americans.* Boston, Intercultural.
29. Hall, E.T. (1990). *The silent language.* New York, Anchor.
30. Hilton, B.A. (1994). The Uncertainty Stress Scale : Its development and psychometric properties. *Canadian Journal of Nursing Research*, 26, pp. 15-30.
31. Hofstede, G. (1986). Cultural differences in teaching and learning. *International Journal of Intercultural Relations*, 10, pp. 301-320.
32. Lee, W.S. (1994). On not missing the boat : A processual method for intercultural understanding of idioms and lifeworld. *Journal of Applied Communication Research*, 22, pp. 141-161.
33. Pease, A., Pease, B. (2004). *The definitive book of body language : The secret meaning behind people's gestures.* Londra, Orion.
34. Maccoby, E.E. (1998). *The paradox of gender.* Cambridge, Harvard University Press.
35. Pratto, F. (1996). Sexual politics : The gender gap in the bedroom, the cupboard, and the cabinet. În D.M. Buss, N.M. Malamuth (eds.), *Sex, power, conflict : Evolutionary and feminist perspectives* (pp. 179-230). New York, Oxford University Press.
36. Vezi, de exemplu, Kimmel, M. (1996). *Manhood in America.* New York, Free Press.
37. Courtenay, W. (2000). Constructions of masculinity and their influence on men's well-being : A theory of gender and health. *Social Science and Medicine*, 50, pp. 1385-1401.
38. U.S. Department of Justice, Bureau of Justice Statistics. *Victim characteristics.* Accesat la 10 iunie 2006, pe http : //www.ojp.usdoj.gov/bjs/cvict_v.htm
39. Kimmel, 1996 ; vezi şi Williamson. P. (29 noiembrie). Their own worst enemy. *Nursing Times*, 91(48), pp. 24-27.
40. Spence, J.T. (1984). Gender identity and its implications for the concepts of masculinity and femininity. *Nebraska Symposium on Motivation*, 32, pp. 59-95.
41. American Psychiatric Association Work Group on Eating Disorders (2000). Practice guideline for the treatment of patients with eating disorders (revision). *American Journal of Psychiatry*, 157 (supliment), pp. 1-39 ; Regier, D.A., Narrow, W.E., Rae, D.S., Manderscheid, R.W., Locke, B.Z., Goodwin, F.K. (1993). The de facto mental and addictive disorders service system : Epidemiologic catchment area prospective 1-year prevalence rates of disorders and services. *Archives of General Psychiatry*, 50, pp. 85-94.
42. Vezi, de exemplu, Martin, D., Walker, L.E. (1979). What keeps a woman captive in a violent relationship ? The social context of battering. În D.M. Moore (ed.), *Battered women* (pp. 33-58). Beverly Hills, Sage.
43. Bern, S.L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, pp. 155-162.
44. Simpson, M. (5 noiembrie 1994). Here come the mirror men. *The Independent* (Londra), p. 22.
45. Segall, M.H., Dasen, P.R., Berry, J.W., Poortinga, Y.H. (1990). *Human behavior in global perspective : An introduction to cross-cultural psychology.* New York, Pergamon.
46. Human Rights Campaign Foundation (2004). *Transgender issues in the workplace : A tool for managers.* Washington, DC, Author.
47. Gagné, P., Tewksbury, R., McGaughey, D. (1997). Coming out and crossing over : Identity formation and proclamation in a transgender community. *Gender and Society*, 11, pp. 478-508.
48. Blackless, M., Charuvastra, A., Derryck, A., Fausto-Sterling, A., Lauzanne, K., Lee, E. (2000). How sexually dimorphic are we ? Review and synthesis. *American Journal of Human Biology*, 12, pp. 151-166.
49. Grumbach, M.M., Conte, F.A. (1998). Disorders of sex differentiation. În J.D. Wilson, D.W. Foster, H.M. Kronenberg, P.R. Larsen (eds.), *Williams textbook of endocrinology* (pp. 1303-1425). Philadelphia, Saunders.
50. Dreger, A.D. (1998). *Hermaphrodites and the medical invention of sex.* Cambridge. Harvard University Press.
51. Vezi, de exemplu, Australian Research Centre in Health, Sex, and Society (2003). Sex in Australia : The Australian Study of Health and Relationships. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 27(2) ; Bagley, C., Tremblay, P. (1998). On the prevalence of homosexuality and bisexuality in a random community survey of 750 men aged 18 to 27. *Journal of Homosexuality*, 36, pp. 1-18 ;

King, A.J.C., Beasley, R.P., Warren, W.K., Hankins. C.A., Robinson, A.S., Radford, J.L. (1989). Highlights from the Canada Youth and AIDS Study. *Journal of School Health*, 59, p. 139.

52. Embrick, D.G., Walther, C.S., Wickens, C.M. (2007). Working class masculinity: Keeping gay men and lesbians out of the workplace. *Sex Roles*, 56, pp. 757-766: Herek, G.M. (1992). The social context of hate crimes: Notes on cultural heterosexism. În G.H. Herek, K. Berrill (eds.), *Hate crimes* (pp. 89-104). Thousand Oaks, Sage; Peel, E. (2001). Mundane heterosexism: Understanding incidents of the everyday. *Women's Studies International Forum*, 24, pp. 541-554.

53. Foucault, M. (1990). *The history of sexuality. Vol. 1: An introduction.* R. Hurley (trad.). New York, Vintage.

54. Rotundo, E.A. (1993). *American manhood: Transformations in masculinity from the revolution to the modern era.* New York. Basic Books.

55. Vezi Vilain, E. (2000). Genetics of sexual development. *Annual Review of Sex Research*, 11, pp. 1-25.

56. Mosher, W.D., Chandra, A., Jones, J. (15 septembrie 2005). *Sexual behavior and selected health measures: Men and women 15-44 years of age, United States, 2002.* Atlanta: Centers for Disease Control and Prevention. Accesat la 27 iulie 2007, pe http://www.cdc.gov/nchs/data/ad/ad362.pdf

57. Rieger, G., Chivers, M.L., Bailey, J.M. (2005). Sexual arousal patterns of bisexual men. *Psychological Science*, 16, pp. 579-584; Rodriguez, P.C. (ed.). (1999). *Bisexuality in the United States: A social science reader.* New York, Columbia University Press.

58. Burleson, B.E. (2005). *Bi America: Myths, truths, and struggles of an invisible community.* Binghamton, Haworth.

59. Mosher *et al.*, 2005.

60. Bogaert, A.F. (2004). Asexuality: Prevalence and associated factors in a national probability sample. *Journal of Sex Research*, 41, pp. 279-287.

61. Gray, J. (1992). *Men are from Mars, women are from Venus: A practical guide to improving communication and getting what you want in your relationships.* New York, HarperCollins.

62. Gray, 1992, p. 5.

63. Tannen, D. (1990). *You just don't understand: Women and men in conversation.* New York, Morrow; Wood, J.T. (2000). Relational culture: The nucleus of intimacy. În J.T. Wood (ed.), *Relational communication: Continuity and change in personal relationships* (ed. a II-a, pp. 76-100). Belmont, Wadsworth.

64. Bate, B., Bowker, J. (1997). *Communication and the sexes* (ed. a II-a). Prospect Heights, Waveland; Johnson, F.L. (2000). *Speaking culturally: language diversity in the United States.* Thousand Oaks, Sage.

65. Burleson, B.R., Kunkel, A. (2006). Revisiting the different cultures thesis: An assessment of sex differences and similarities in supportive communication. În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 137-159). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

66. Vezi, de exemplu, MacGeorge, E.L., Feng, B., Butler, G.L. (2003). Gender differences in the communication values of mature adults. *Communication Research Reports*, 20, pp. 191-199; Parks, M.R., Floyd, K. (1996). Meanings for closeness and intimacy in friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 13, pp. 85-107; Xu, Y., Burleson, B.R. (2001). Effects of sex, culture, and support type on perceptions of spousal social support: An assessment of the "support gap" hypothesis in early marriage. *Human Communication Research*. 27, pp. 535-566.

67. Dindia, K. (2006). Men are from North Dakota, women are from South Dakota. În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 3-20). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

68. Canary, D.J., Hause, K.S. (1993). Is there any reason to research sex differences in communication? *Communication Quarterly*, 41, pp. 129-144; Wright, P.H. (1988). Interpreting gender differences in friendship: A case for moderation and a plea for caution. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, pp. 367-373.

69. Wood, J.T., Inman, C.C. (1993). In a different mode: Masculine styles of communicating closeness. *Journal of Applied Communication Research*, 21, pp. 279-295.

70. Vezi Wood, J.T. (1998). *But I thought you meant...: Misunderstandings in human communication.* Mountain View, Mayfield.

71. Wood, J.T. (2007). *Gendered lives: Communication, gender, and culture* (ed. a VII-a). Belmont, Wadsworth.

72. Neppl, T.K., Murray, A.D. (1997). Social dominance and play patterns among preschoolers: Gender comparisons. *Sex Roles*, 36, pp. 381-393.
73. Vezi, de exemplu, Clark, R.A. (1998). A comparison of topics and objectives in a cross section of young men's and women's everyday conversations. În D.J. Canary, K. Dindia (eds.), *Sex differences and similarities in communication: Critical essays and empirical investigations of sex and gender interaction* (pp. 303-319). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates; Martin, C., Fabes, R., Evans, S., Wyman, H. (2000). Social cognition on the playground: Children's beliefs about playing with girls versus boys and their relations to sex segregated play. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 751-771.
74. Lippa, R.A. (2000). Gender-related traits in gay men, lesbian women, and heterosexual men and women: The virtual identity of homosexual-heterosexual diagnosticity and gender diagnosticity. *Journal of Personality*, 68, pp. 899-926.
75. Henley, N. (1977). *Body politics: Power, sex, and nonverbal communication*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall; Henley, N. (1995). Body politics revisited: What do we know today? În P. Kalbfleisch, M. Cody (eds.), *Gender, power, and communication in human relationships* (pp. 27-61). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
76. Kalbfleisch, P.J., Herold, A.L. (2006). Sex, power, and communication. În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 299-313). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
77. Athenstaedt, U., Haas, E., Schwab, S. (2004). Gender role self-concept and gender-typed communication behavior in mixed-sex and same-sex dyads. *Sex Roles*, 50, pp. 37-52; Brownlow, S., Rosamond, J.A., Parker, J.A. (2003). Gender-linked linguistic behavior in television interviews. *Sex Roles*, 49, pp. 121-132.
78. Mehl, M., Pennebaker, J. (ianuarie 2002). *Mapping students' natural language use in everyday conversations*. Lucrare prezentată la a treia întîlnire anuală a Society for Personality and Social Psychology, Savannah, GA; Redeker, G., Maes, A. (1996). Gender differences in interruptions. În D. Slobin, J. Gerhardt, A. Kyratzis, J. Guo (eds.), *Social interaction, social context, and language* (pp. 579-612). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
79. Basow, S., Rubenfeld, K. (2003). "Trouble talk": Effects of gender and gender-typing. *Sex Roles*, 48, pp. 183-187.
80. House, A., Dallinger, J., Kilgallen, D. (1998). Androgyny and rhetorical sensitivity: The connection of gender and communication style. *Communication Reports*, 11, pp. 11-20.
81. Gay, W.C. (1999). Linguistic violence. În R. Litke, D. Curtin (eds.), *Institutional violence* (pp. 13-35). Amsterdam, Rodopi.
82. Gay, W.C. (1997). The reality of linguistic violence against women. În L. O'Toole, J. Schiffman (eds.), *Gender violence: Interdisciplinary perspectives* (pp. 467-473). New York, New York University Press.
83. Wessler, S. (2005). *Discrimination against gay, lesbian, bisexual, and transgender individuals in Maine*. Portland, The Center for the Prevention of Hate Violence.
84. Mulac, A., Bradac, J.J., Gibbons, P. (2001). Empirical support for the gender-as-culture hypothesis: An intercultural analysis of male/female language differences. *Human Communication Research*, 27, pp. 121-152.
85. Mulac, A. (2006). The gender-linked language effect: Do language differences really make a difference? În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 219-239). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
86. Lumby, M.E. (1976). Code switching and sexual orientation: A test of Bernstein's sociolinguistic theory. *Journal of Homosexuality*, 1, pp. 383-399.
87. Major, B., Schmidlin, A.M., Williams, L. (1990). Gesture patterns in social touch: The impact of setting and age. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, pp. 634-643.
88. Leathers, D.G. (1997). *Successful nonverbal communication: Principles and applications* (ed. a III-a). Boston, Allyn & Bacon.
89. Eakins, B.W., Eakins, R.G. (1978). *Sex differences in human communication*. Boston, Houghton Mifflin.
90. Uzzell, D., Horne, N. (2006). The influence of biological sex, sexuality and gender role on interpersonal distance. *British Journal of Social Psychology*, 45, pp. 579-597.

91. Newport, F. (21 februarie 2001). Americans see women as emotional and affectionate, men as more aggressive. Accesat la 23 iulie 2007, pe http://www.galluppoll.com/content/?ci=1978&pg=1
92. Burgoon. J.K., Bacue. A.E. (2003). Nonverbal communication skills. În J.O. Greene, B.R. Burleson (eds.), *Handbook of communication and social interaction skills* (pp. 179-219). Mahwah. Lawrence Erlbaum Associates.
93. LaFrance, M., Hecht, M.A., Levy Paluck, E. (2003). The contingent smile: A meta-analysis of sex differences in smiling. *Psychological Bulletin*, 129, pp. 305-334.
94. Hall. J.A., Friedman, G. (1999). Status, gender, and nonverbal behavior: A study of structured interactions between employees. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, pp. 1082-1091; LaFrance, M., Hecht, M.A. (2000). Gender and smiling: A meta analysis. În A.H. Fischer (ed.), *Gender and emotion: Social psychological perspective* (pp. 118-142). Cambridge, Cambridge University Press.
95. Witmer, D.F., Katzman, S. (1997). On-line smiles: Does gender make a difference in the use of graphic accents? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2(4). Accesat la 24 iunie 2006, pe http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/witmerl.html
96. O diferenţă între sexe în ceea ce priveşte exprimarea mîniei este menţionată în Coats, E.J., Feldman, R.S. (1996). Gender differences in nonverbal correlates of social status. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, pp. 1014-1022. Un studiu în care nu s-a raportat o astfel de diferenţă este Burrowes, B.D., Halberstadt, A.G. (1987). Self- and family-expressiveness styles in the experience and expression of anger. *Journal of Nonverbal Behavior*, 11, pp. 254-268.
97. White, G.L., Mullen, P.E. (1989). *Jealousy: Theory, research, and clinical strategies.* New York, Guilford.
98. Harris, I.D., Howard, K.I. (1987). Correlates of depression and anger in adolescence. *Journal of Clinical and Adolescent Psychotherapy*, 4, pp. 199-203; Stapley, J.C., Haviland, J.M. (1989). Beyond depression: Gender differences in normal adolescents' emotional experiences. *Sex Roles*, 20, pp. 295-308.
99. Kring, A.M., Gordon, A.H. (1998). Sex differences in emotion: Expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 686-703; vezi şi Gross, J.J., John, O.P. (1998). Mapping the domain of expressivity: Multimethod evidence for a hierarchical model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 170-191.
100. Kring, Gordon, 1998.
101. Gottman, J.M., Levenson, R.W., Gross, J., Frederickson, B.L., McCoy, K., Rosenthal, L., Ruef, A., Yoshimoto, D. (2003). Correlates of gay and lesbian couples' relationship satisfaction and relationship dissolution. *Journal of Homosexuality*, 45, pp. 23-43.
102. Pentru o trecere în revistă, vezi Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior and social context.* Cambridge, Cambridge University Press.
103. Floyd, K., Voloudakis, M. (1999). Affectionate behavior in adult platonic friendships: Interpreting and evaluating expectancy violations. *Human Communication Research*, 25, pp. 341-369; Shuntich, R.J., Shapiro, R.M. (1991). Explorations of verbal affection and aggression. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, pp. 283-300.
104. Floyd, K. (1997). Knowing when to say "I love you": An expectancy approach to affectionate communication. *Communication Research Reports*, 14, pp. 321-330.
105. Floyd, K., Morman, M.T. (2000). Reacting to the verbal expression of affection in same-sex interaction. *Southern Communication Journal*, 65, pp. 287-299.
106. Vezi Taylor, S.E., Klein, L.C., Lewis, B.P., Gruenwald, T.L., Guring, R.A.R., Updegraff, J.A. (2000). Biobehavioral responses to stress in females: Tend-and-befriend, not fight-or-flight. *Psychological Review*, 107, pp. 411-429.
107. Floyd, K., Morman, M.T. (2000). Affection received from fathers as a predictor of men's affection with their own sons: Tests of the modeling and compensation hypotheses. *Communication Monographs*, 67, pp. 347-361; Floyd, K., Tusing, K.J. (iulie 2002). *"At the mention of your name": Affect shifts induced by relationship-specific cognitions.* Lucrare prezentată la întîlnirea anuală a International Communication Association, Seul, Coreea de Sud; Morman, M.T., Floyd, K. (1999). Affectionate communication between fathers and young adult sons: Individual- and relational-level correlates. *Communication Studies*, 50, pp. 294-309.
108. Kurdek, L.A. (2006). Differences between partners from heterosexual, gay, and lesbian cohabiting couples. *Journal of Marriage and Family*, 68, pp. 509-528.

109. Floyd, K. (2001). Human affection exchange: I. Reproductive probability as a predictor of men's affection with their sons. *Journal of Men's Studies*, 10, pp. 39-50; Floyd, K., Sargent, J.E., Di Corcia, M. (2004). Human affection exchange: VI. Further tests of reproductive probability as a predictor of men's affection with their fathers and their sons. *Journal of Social Psychology*, 144, pp. 191-206.

Capitolul 3

1. Luft, J., Ingham, H. (1955). *The Johari window: A graphic model of interpersonal awareness.* Lucrările Western Training Laboratory in Group Development. Los Angeles, UCLA.
2. Raport în Myers, D.G. (1980). *The inflated self*. New York, Seabury.
3. Brown, J.D., Mankowski, T.A. (1993). Self-esteem, mood, and self-evaluation: Changes in mood and the way you see you. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, pp. 421-430; Campbell, J.D. (1990). Self-esteem and clarity ofthe self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, pp. 538-549.
4. Tarlow, E.M., Haaga, D.A.F. (1996). Negative self-concept: Specificity to depressive symptoms and relation to positive and negative affectivity. *Journal of Research in Personality*, 30, pp. 120-127.
5. Swann, W.B., Rentfrow, P.J., Guinn, J.S. (2003). Self-verification: The search for coherence. În J.P. Tangney, M.R. Leary (eds.), *Handbook of self and identity* (pp. 367-383). New York, Guilford.
6. Greenwald, A.G. (1995). Getting (my) self into social psychology. În G.G. Brannigan, M.R. Merrens (eds.), *The social psychologists: Research adventures* (pp. 3-16). New York, McGraw-Hill.
7. Block, J., Robins, R.W. (1993). A longitudinal study of consistency and change in self-esteem from early adolescence to early childhood. *Child Development*, 64, pp. 909-923.
8. Woodgate, R. (2005). A different way of being: Adolescents' experiences with cancer. *Cancer Nursing*, 28, pp. 121-128.
9. Van der Meulen, M. (2001). Developments in self-concept theory and research: Affect, context, and variability. În H.A. Bosma, E.S. Kunnen (eds.), *Identity and emotion: Development through self-organization* (pp. 10-38). New York, Cambridge University Press.
10. Rosenblith, J.F. (1992). *In the beginning: Development from conception to age two*. Newbury Park, Sage.
11. Wright, W. (1998). *Born that way: Genes, behavior, personality*. New York, Knopf.
12. Bouchard, T.J., Lykken, D.T., McGue, M., Segal, N.L. (1990). Sources of human psychological differences: The Minnesota Study of Twins Reared Apart. *Science* (12 octombrie), pp. 223-228.
13. Schwartz, C.E., Wright, C.I., Shin, L.M., Kagan, J., Rauch, S.L. (2003). Inhibited and uninhibited infants "grown up": Adult amygdalar response to novelty. *Science* (20 iunie), pp. 1952-1953.
14. Gudykunst, W.B., Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and interpersonal communication.* Newbury Park, Sage.
15. Holstein, J.A., Gubrium, J.F. (2000). *The self we live by: Narrative identity in a postmodern world.* New York, Oxford University Press.
16. Vezi McIntyre, L. (2006). *The practical skeptic: Core concepts in sociology.* New York, McGraw-Hill; Yeung, K.-T., Martin, J.L. (2003). The looking-glass self: An empirical test and elaboration. *Social Forces*, 81, pp. 843-879.
17. Hergovitch, A., Sirsch, U., Felinger, M. (2002). Self-appraisals, actual appraisals and reflected appraisals of pre-adolescent children. *Social Behavior and Personality*, 30, pp. 603-612.
18. Vezi Beatty, M.J., Dobos, J.A. (1993). Adult males' perceptions of confirmation and relational partner communication apprehension: Indirect effects of fathers on sons' partners. *Communication Quarterly*, 41, pp. 66-76.
19. Han, M. (2003). Body image dissatisfaction and eating disturbance among Korean female college students: Relationships to media exposure, upward comparison, and perceived reality. *Communication Studies*, 34, pp. 65-78.
20. Hamachek, D. (1992). *Encounters with the self* (ed. a III-a). Fort Worth, Holt, Rinehart & Winston.
21. Hamachek, 1992.
22. Centers for Disease Control and Prevention (2007). Prevalence of the autism spectrum disorders in multiple areas of the United States, surveillance years 2000 and 2002. Accesat la 13 august 2007, pe http://www.cdc.gov/ncbddd/dd/addmprevalence.htm

23. Kolligan. J. (1990). Perceived fraudulence as a dimension of perceived incompetence. În R.J. Sternberg. J. Kolligan (eds.), *Competence considered* (pp. 261-285). New Haven, Yale University Press.
24. Ridge, R.D., Reber, J.S. (august 1998). *Women's responses to men's flirtations in a professional setting : Implications for sexual harassment.* Lucrare prezentată la întîlnirea anuală a American Psychological Society, Washington, DC.
25. Rosenthal, R., Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom.* New York, Holt, Rinehart & Winston.
26. Campbell, J.D., Lavallee, L.F. (1993). Who am I? The role of self-concept confusion in understanding the behavior of people with low self-esteem. În R.F. Baumeister (ed.), *Self-esteem : The puzzle of low self-regard* (pp. 3-20). New York, Plenum Press.
27. Tafarodi, R.W., Vu, C. (1997). Two-dimensional self-esteem and reactions to success and failure. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, pp. 626-635.
28. Buhrmester, D., Furman, W., Wittenberg, M.T., Reis, H.T. (1988). Five domains of interpersonal competence in peer relations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, pp. 991-1008 ; Murray, S.L., Rose, P., Bellavia, G., Holmes, J.C., Kusche, A. (2002). When rejection stings : How self-esteem constrains relationship-enhancement processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, pp. 556-573.
29. Bishop, J., Inderbitzen-Nolan, H.M. (1995). Peer acceptance and friendship : An investigation of their relation to self-esteem. *Journal of Early Adolescence*, 15, pp. 476-489.
30. Baumeister, R.F. (2001). Violent pride : Do people turn violent because of self-hate, or self-love? *Scientific American*, 284(4), pp. 96-101 ; Olweus, D. (1994). *Bullying at school : What we know and what we can do.* Maiden, Blackwell.
31. McGee, R.O., Williams, S.M. (2000). Does low self-esteem predict health compromising behaviours among adolescents? *Journal of Adolescence*, 23, pp. 569-582.
32. Baumeister, R.F., Campbell, J.D., Krueger, J.I., Vohs, K.D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4, pp. 1-44.
33. Tokanuga, R.S., Rains, S.A. (2010). An evaluation of two characterizations of the relationships between problematic Internet use, time spent using the Internet, and psychosocial problems. *Human Communication Research*, 36, pp. 512-545.
34. Lyubomirsky, S., Tkach, C., DiMatteo, M.R. (2005). What are the differences between happiness and self-esteem? *Social Indicators Research*, 52, pp. 1-43.
35. Diener, E., Diener, M. (1995). Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, pp. 653-663.
36. Baumeister *et al.*, 2003.
37. Mesmer-Magnus, J., Viswesvaran, C, Deshpande S., Joseph, J. (2006). Social desirability : The role of overclaiming, self-esteem, and emotional intelligence. *Psychology Science*, 48, pp. 336-356.
38. Baumgardner, A.H., Kaufman, C.M., Levy, P.E. (1989). Regulating affect interpersonally : When low esteem leads to greater enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, pp. 907-921.
39. Ybarra, O. (1999). Misanthropic person memory when the need to self-enhance is absent. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, pp. 261-269.
40. Amabile, T.M. (1983). *The social psychology of creativity.* New York, Springer-Verlag.
41. McGee, R., Williams, S., Nada-Raja, S. (2001). Low self-esteem and hopelessness in childhood and suicidal ideation in early adulthood. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 29, pp. 281-291.
42. Lewinsohn, P.M., Rohde, P., Seeley, J.R. (1994). Psychosocial risk factors for future adolescent suicide attempts. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 62, pp. 297-305.
43. Pentru alte exemple, vezi Twenge, J. (2006). *Generation me : Why today's young Americans are more confident, assertive, entitled- and more miserable than ever before.* New York, Free Press.
44. Swygert, K. (28 ianuarie 2005). Spelling the end of spelling bees. *Number 2 Pencil.* Accesat la 15 august 2007, pe http://www.kimberlyswygert.com/archives/002605.html
45. Vezi, de exemplu, Pottebaum, S.M., Keith, T.Z., Ehly, S. (1986). Is there a causal relation between self-concept and academic achievement? *Journal of Educational Research*, 79, pp. 140-144.
46. Gabriel, M.T., Critelli, J.W., Ee, J.S. (1994). Narcissistic illusions in self-evaluations of intelligence and attractiveness. *Journal of Personality*, 62, pp. 143-155.
47. Forsyth, D.R., Kerr, N.A. (august 1999). *Are adaptive illusions adaptive?* Lucrare prezentată la întîlnirea anuală a American Psychological Association, Boston, MA.
48. Baumeister *et al.*, 2003. (Vezi nota 32.)

(2002). The performance of narcissists rises and falls with perceived
f Personality and Social Psychology, 82, pp. 819-834.
T.F., Tice, D.M. (1993). When ego threats lead to self-regulation
of high self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*,

y (ed. a VI-a). New York, Worth.
2). Race and self-esteem: Metaanalyses comparing whites, blacks,
n Indians and comment on Gray-Little and Hafdahl (2000). *Psycho-*
8; vezi şi Gray-Little, B., Hafdahl, A.R. (2000). Factors influencing
n: A quantitative review. *Psychological Bulletin*, 126, pp. 26-54.

Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of
39, pp. 608-630.
:sity Women. (1992). *The AAUW report: How schools shortchange*

Social dominance. Cambridge, Cambridge University Press.
na, J.E., Wobbes, T. (2002). The relation between perceived inequity,
s among couples facing cancer. *British Journal of Social Psychology*,

E., Thoresen, C.J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism,
ed self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of*
gy, 83, pp. 693-710.
(1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as
n. *Psychological Bulletin*, 117, pp. 497-529.
niewski, K., Potter, J., Gosling, S.D. (2001). Personality correlates
arch in Personality, 35, pp. 463-482.
Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior*
Cambridge University Press.
on exchange: V. Attributes of the highly affectionate. *Communication*

nality, modernity, and the storied self: A contemporary framework
gical Inquiry, 7, pp. 295-321.
her, J. (eds.). (2001). *Strategies to overcome oppression and discri-*
ps. Lewiston, Edwin Mellen.
e, social stress, and mental health in lesbian, gay, and bisexual
and research evidence. *Psychological Bulletin*, 129, pp. 674-697.
lor, S.E., Visscher, B.R. (1996). Elevated physical health risk among
nosexual identity. *Health Psychology*, 15, pp. 243-251.
., Visscher, B., Fahey, J. (1996). Accelerated course of HIV infection
omosexual identity. *Psychosomatic Medicine*, 58, pp. 219-231.
). Attempted suicide, psychological health and exposure to harassment
bisexual or other men questioning their sexual orientation recruited
demiology and Community Health, 60, pp. 962-967.
). Adolescent sexual orientation and suicide risk: Evidence from a
al of Public Health, 91, pp. 1276-1281.
(2005). Gay and bisexual men who disclose their sexual orientations
workday levels of salivary Cortisol and negative affect. *Annals of*
60-267.
riffin, J.L., Krowinski, A.C. (2003). Stressors for gay men and
ed stress, stigma consciousness, and depressive symptoms. *Journal of*
, 22, pp. 716-729.
od person stories: The favor narrative as a self-presentation strategy.
Communication, 5, pp. 28-33.
G., Yee-Jung, K. (2001). Self-construal types and conflict management
, 14, pp. 87-104; Ting-Toomey, S., Oetzel, J.G. (2001). *Managing*
Thousand Oaks, Sage.

75. Goffman, E. (1959). *The presentation of the self in everyda*
Brown, P., Levinson, S.C. (1987). *Politeness: Some unive*
Cambridge University Press.
76. Lim, T.S., Bowers, J.W. (1991). Facework: Solidarity, approb
Research, 17, pp. 415-449.
77. Domenici, K., Littlejohn, S.W. (2006). *Facework: Bridging the*
78. Brocklehurst, J., Dickinson, E. (1996). Autonomy for elder
Aging, 25, pp. 329-332.
79. Vezi, de exemplu, Takahashi, L.M. (1998). *Homelessness,*
syndrome in the United States at the end of the twentieth centur
80. Van Lear, C.A. (1991). Testing a cyclical model of communica
ment: Two longitudinal studies. *Communication Monograph*
81. Vezi Qian, H., Scott, C.R. (2007). Anonymity and self-disclos
-Mediated Communication, 12(4), articolul 14. http://jcmc.i
82. Sproull, L., Kiesler, S. (1991). *Connections: New ways of w*
Cambridge, MIT Press.
83. We, G. (aprilie 1993). *Cross-gender communication in cyberspa*
of Communication, Simon Frasier University, Canada. Accesa
cpsr/gender/we_cross_gender
84. Walther, J.B. (1996). Computer-mediated communication: Im
sonal interaction. *Communication Research*, 23, pp. 3-43.
85. Gouldner, A.W. (1960). The norm of reciprocity: A prelimin
Review, 25, pp. 161-178.
86. Miller, L.C., Kenny, D.A. (1986). Reciprocity of self-disclosu
A social relations analysis. *Journal of Personality and Social*
87. Derlega, V.J., Mens, S., Petronio, S., Margulis, S.T. (1993).
88. Vezi Wood, J.T. (2007). *Gendered lives: Communication, gend*
Wadsworth.
89. Dindia, K., Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclos
Bulletin, 112, pp. 106-124.
90. Vezi, de exemplu, Triandis, H.C. (1989). The self and social b
Psychological Review, 96, pp. 506-520.
91. Dindia, K. (2000). Sex differences in self-disclosure, reciprocity
and liking: Three metaanalyses reviewed. În S. Petronio (e
disclosures (pp. 21-35). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associa
92. Lippert, T., Prager, K.J. (2001). Daily experiences of intin
Relationships, 8, pp. 283-298.
93. Chelune, G.J., Rosenfeld, L.B., Waring, E.M. (1985). Spouse
nondistressed couples. *American Journal of Family Therapy*,
94. Dindia, K. (2002). Self-disclosure research: Knowledge throu
Preiss (eds.), *Interpersonal communication research: Advances*
Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
95. Kelly, A.E., Klusas, J.A., von-Weiss, R.T., Kenny, C. (2001
that is beneficial? *Personality and Social Psychology Bulletin*
96. Vezi Kacewicz, E., Slatcher, R.B., Pennebaker, J.W. (2007).
traditional methods. În L. L'Abate (ed.), *Low-cost approac*
health: Theory, research, and practice (pp. 271-284). New Y
97. Helgeson, V.S., Gottlieb, B.H. (2000). Support groups. În S. Co
(eds.), *Social support measurement and intervention* (pp. 221
Press.
98. Agne, R., Thompson, T.L., Cusella, K.P. (2000). Stigma in
patients' HIV status to health care providers. *Journal of Ap*
pp. 235-261.
99. Parks, M.R. (1982). Ideology in interpersonal communication
În M. Burgoon (ed.), *Communication yearbook 5* (pp. 79-107
100. Derlega *et al.*, 1993. (Vezi nota 87.)

101. Suler, J. (1996). *The psychology of cyberspace.* Accesat pe http://www.rider.edu/îsuler/psycyber/psychber.html
102. Whittle, D.B. (1997). *Cyberspace: The human dimensions.* New York, Freeman.

Capitolul 4

1. Vezi Kenny, D.A. (1994). *Interpersonal perception: A social relations analysis.* New York, Guilford.
2. Schermerhorn, J.R., Hunt, J.H., Osborn, R.N. (2003). *Organizational behavior* (ed. a VIII-a). New York, Wiley.
3. Goldstein, E.B. (2007). *Sensation and perception* (ed. a VII-a). Pacific Grove, Wadsworth.
4. Floyd, K., Ramirez, A., Burgoon, J.K. (2008). Expectancy violations theory. În L.K. Guerrero, J.A. DeVito, M.L. Hecht (eds.), *The nonverbal communication reader: Classic and contemporary readings* (ed. a III-a. pp. 503-510). Prospect Heights, Waveland.
5. Zajonc, R.B. (2001). Mere exposure: A gateway to the subliminal. *Current Directions in Psychological Science*, 10, pp. 224-228.
6. Goldstein, 2007.
7. Burgoon, J.K., Guerrero, L.K., Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication.* Boston, Pearson/Allyn & Bacon.
8. Sowa, J.F. (2000). *Knowledge representation: Logical, philosophical, and computational foundations.* Pacific Grove, Brooks/Cole.
9. Funder, D.C. (1999). *Personality judgment: A realistic approach to person perception.* San Diego, Academic.
10. Fiske, S.T., Taylor, S.E. (2008). *Social cognition: From brains to culture.* New York, McGraw-Hill.
11. Kelley, H.H. (1967). Attribution theory in social psychology. În D. Levine (ed.), *Nebraska symposium on motivation* (vol. XV, pp. 192-238). Lincoln, University of Nebraska Press.
12. Jones, E.E., Davis, K.E. (1965). From acts to dispositions: The attribution process in person perception. În L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. II, pp. 219-266). New York, Academic.
13. Vezi, de exemplu, Manusov, V. (1993). It depends on your perspective: Effects of stance and beliefs about intent on person perception. *Western Journal of Communication*, 57, pp. 27-41.
14. Burgoon, Guerrero, Floyd, 2010.
15. Vezi, de exemplu, Bruce, V., Georgeson, M.A., Green, P.R. (2003). *Visual perception: Physiology, psychology and ecology* (ed. a IV-a). New York, Psychology Press.
16. Miró, E., Cano, M.C., Espinoza Fernández, L., Beula-Casal, G. (2003). Time estimation during prolonged sleep deprivation and its relation to activation measures. *Human Factors*, 45, pp. 148-159.
17. Alaimo, K., Olson, C.M., Frongillo, E.A. (2001). Food insufficiency and American school-aged children's cognitive, academic, and psychosocial development. *Pediatrics*, 108, pp. 44-53.
18. Vezi Bartoshuk, L. (septembrie 1980). Separate works of taste. *Psychology Today*, 14, pp. 48-63.
19. Dunlap, J.C., Loros, J.J., DeCoursey, P.J. (eds.). (2003). *Chronobiology: Biological timekeeping.* Sunderland, Sinauer Associates.
20. Larson, J.H., Crane, D.R., Smith, C.W. (1991). Morning and night couples: The effects of wake and sleep patterns on marital adjustment. *Journal of Marital and Family Therapy*, 17, pp. 53-65.
21. Ji, L.K., Peng, K., Nisbett, R.E. (2000). Culture, control, and perception of relationships in the environment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, pp. 943-955; Knowles, E.D., Morris, M.W., Chiu, C.-Y., Hong, Y.-Y. (2001). Culture and the process of person perception: Evidence for automaticity among East Asians in correcting for situational influences on behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, pp. 1344-1356.
22. Hall, E.T. (1959). *The silent language.* Garden City, Doubleday.
23. Luszcz, M.A., Fitzgerald, K.M. (1986). Understanding cohort differences in cross-generational, self, and peer perceptions. *Journal of Gerontology*, 41, pp. 234-240.
24. Vezi Ostrove, J.M., Cole, E.R. (2003). Privileging class: Toward a critical psychology of social class in the context of education. *Journal of Social Issues*, 59, pp. 677-692.
25. Farwell, L., Weiner, B. (2000). Bleeding hearts and the heartless: Popular perceptions of liberal and conservative ideologies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, pp. 845-852.

26. Edmondson, C.B., Conger, J.C. (1995). The impact of mode of presentation on gender differences in social perception. *Sex Roles*, 32, pp. 169-183.

27. Maeder, E.M., Wiener, R.L., Winter, R. (2007). Does a truck driver see what a nurse sees? The effects of occupation type on perceptions of sexual harassment. *Sex Roles*, 56, pp. 801-810 ; Littrell, M.A., Berger, E.A. (1986). Perceiver's occupation and client's grooming : Influence on person perception. *Clothing and Textiles Research Journal*, 4, pp. 48-55.

28. Lepore, L., Brown, R. (1997). Category and stereotype activation : Is prejudice inevitable ? *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, pp. 275-287.

29. Nelson, T.D. (2005). Ageism : Prejudice against our featured future self. *Journal of Social Issues*, 61, pp. 207-221 ; Buttney, R. (1997). Reported speech in talking race on campus. *Human Communication Research*, 23, pp. 477-506.

30. Vezi, de exemplu, Hendrix, K.G. (2002). "Did being black introduce bias into your study ?" Attempting to mute the race-related research of black scholars. *Howard Journal of Communication*, 13, pp. 153-171 ; Hughes, P.C., Baldwin, J.R. (2002). Communication and stereotypical impressions. *Howard Journal of Communication*, 13, pp. 113-128.

31. Aronson, J., Lustina, M.J., Good, C., Keough, K. (1999). When white men can't do math : Necessary and sufficient factors in stereotype threat. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, pp. 29-46.

32. Snyder, M., Uranowitz, S. (1978). Reconstructing the past : Some cognitive consequences of person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, pp. 941-950.

33. Allen, M., Valde, K.S. (2006). The intersection of methodological and ethical concerns when researching a gendered world. În D.J. Canary, K. Dindia (eds.), *Handbook of sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 97-110). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

34. Fyock, J., Stangor, C. (1994). The role of memory biases in stereotype maintenance. *British Journal of Social Psychology*, 33, pp. 331-343.

35. Lee, Y.-T., Jussim, L.J., McCauley, C.R. (1996). *Stereotype accuracy : Toward appreciating group differences*. Washington, DC, American Psychological Association.

36. Tetlock, P.E. (1983). Accountability and the perseverance of first impressions. *Social Psychology Quarterly*, 46, pp. 285-292.

37. Asch, S. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, pp. 258-290.

38. Parsons, C.K., Liden, R.C., Bauer, T.N. (2001). Personal perception in employment interviews. În M. London (ed.), *How people evaluate others in organizations* (pp. 67-90). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

39. Luchins, A. (1957). Primacy-recency in impression formation. În C. Hovland (ed.), *The order of presentation in persuasion* (pp. 33-61). New Haven, Yale University Press.

40. Ybarra, O. (2001). When first impressions don't last : The role of isolation and adaptation processes in the revision of evaluative impressions. *Social Cognition*, 19, pp. 491-520.

41. Davelaar, E.J., Goshen-Gottstein, Y., Ashkenazi, A., Haarmann, H.J., Usher, M. (2005). The demise of short-term memory revisited : Empirical and computational investigations of recency effects. *Psychological Review*, 112, pp. 3-42.

42. McCann, C.D., Higgins, E.T., Fondacaro, R.A. (1991). Primacy and recency in communication and self-persuasion : How successive audiences and multiple encodings influence subsequent evaluative judgments. *Social Cognition*, 9, pp. 47-66.

43. Schyns, P.G., Oliva, A. (1999). Dr. Angry and Mr. Smile : When categorization flexibly modifies the perception of faces in rapid visual presentations. *Cognition*, 69, pp. 243-265.

44. Stern, M., Karraker, K.H. (1989). Sex stereotyping of infants : A review of gender labeling studies. *Sex Roles*, 20, pp. 501-522.

45. Mondloch, C.J., Lewis, T.L., Budreau, D.R., Maurer, D., Dannemiller, J.L., Stephens, B.R., Kleiner-Gathercoal, K.A. (1999). Face perception during early infancy. *Psychological Science*, 10, pp. 419-422 ; Morton, J., Johnson, M.H. (1991). CON-SPEC and CONLERN : A two-process theory of infant face recognition. *Psychological Review*, 98, pp. 164-181.

46. King, D.E., Bushwick, B. (1994). Beliefs and attitudes of hospital inpatients about faith healing and prayer. *Journal of Family Practice*, 39, pp. 349-352.

47. Floyd, K. (2000). Affectionate same-sex touch : Understanding the influence of homophobia on observers' perceptions. *Journal of Social Psychology*, 140, pp. 774-788.

48. Lapsley, D.K., Milstead, M., Quintana, S.M., Flannery. D., Buss. R.R. (1986). Adolescent egocentrism and formal operations: Tests of a theoretical assumption. *Developmental Psychology*, 22, pp. 800-807.
49. Piaget, J. (1930). *The child's conception of physical causality*. Londra, Routledge & Kegan Paul; Piaget, J. (1932). *The moral judgment of the child*. New York, Harcourt, Brace & World.
50. Kelley, C.M. (1996). Adult egocentrism: Subjective experience versus analytic bases for judgment. *Journal of Memory and Language*, 35, pp. 157-175.
51. Cummins, R.A., Nistico, H. (2002). Maintaining life satisfaction: The role of positive cognitive bias. *Journal of Happiness Studies*, 3, pp. 37-69.
52. Hendrick, C., Hendrick, S.S. (1988). Lovers wear rose-colored glasses. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, pp. 161-183.
53. Fisher, H. (2004). *Why we love: The nature and chemistry of romantic love*. New York, Henry Holt; vezi şi Murray, S.L., Holmes, J.G., Griffin, D.W. (1996). The benefits of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, pp. 79-98.
54. Lupfer, M.B., Weeks, M., Dupuis, S. (2000). How pervasive is the negativity bias in judgments based on character appraisal? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, pp. 1353-1366.
55. Webster, E. (1964). *Decision making in the employment interview*. Montreal, Industrial Relations Centre, McGill University.
56. Anderson, N. (1981). *Foundations of information integration theory*. New York, Academic.
57. Bradbury, T.N., Fincham, F.D. (1990). Attributions in marriage: Review and critique. *Psychological Bulletin*, 107, pp. 3-33.
58. Manusov, V., Harvey, J.H. (eds.) (2001). *Attribution, communication behavior, and close relationships*. Cambridge, Cambridge University Press.
59. Weiner, B. (2000). Intrapersonal and interpersonal theories of motivation from an attributional perspective. *Educational Psychology Review*, 12, pp. 1-14.
60. Pascarella, E.T., Edison, M., Hagedorn, L.S., Nora, A., Terenzini, P.T. (1996). Influences on students' internal locus of attribution for academic success in the first year of college. *Research in Higher Education*, 37, pp. 731-756.
61. Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92, pp. 548-573.
62. Hooley, J.M., Campbell, C. (2002). Control and controllability: Beliefs and behaviour in high and low expressed emotion relatives. *PsychologicalMedicine*, 32, pp. 1091-1099.
63. Block, J., Funder, D.C. (1986). Social roles and social perception: Individual differences in attribution and error. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp. 1200-1207.
64. Sedikides, C., Campbell, W.K., Reeder, G.D., Elliott, A.J. (1998). The self-serving bias in relational context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 378-386.
65. Vezi, de exemplu, Bradbury, Fincham, 1990; Sillars, A., Roberts, L.J., Dun, T., Leonard, K. (2001). Stepping into the stream of thought: Cognition during marital conflict. În V. Manusov, J.H. Harvey (eds.), *Attribution, communication behavior, and close relationships* (pp. 193-210). Cambridge, Cambridge University Press.
66. Trower, P., Chadwick, P. (1995). Pathways to defense of the self: A theory of two types of paranoia. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 2, pp. 263-278.
67. Tetlock, P.E. (1985). Accountability: A social check on the fundamental attribution error. *Social Psychology Quarterly*, 48, pp. 227-236; Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. În L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. X, pp. 173-220). New York, Academic.
68. Napolitan, D.A., Goethals, G.R. (1979). The attribution of friendliness. *Journal ojExperimental Social Psychology*, 15, pp. 105-113.
69. Corneille, O., Leyens, J.-P., Yzerbyt, V.Y., Walther, E. (1999). Judgeability concerns: The interplay of information, applicability, and accountability in the overattribution bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, pp. 377-387; Webster, D.M. (1993). Motivated argument and reduction of the overattribution bias. *Journal oj Personality and Social Psychology*, 65, pp. 261-271.
70. Leyens, J.-R., Yzerbyt, V.Y., Corneille, O. (1996). The role of applicability in the emergence of the overattribution bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, pp. 219-229.

71. Schweinle, W.E., Ickes. W., Bernstein, I.H. (2002). Empathic inaccuracy in husband to wife aggression : The overattribution bias. *Personal Relationships*, 9, pp. 141-158.
72. Schweinle, W.E., Ickes, W. (2007). The role of men's critical/rejecting overattribution bias, affect, and attentional disengagement in marital aggression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26, pp. 173-198.
73. Vezi, de exemplu, Alicke, M.D., Zerbst, J.I., LoSchiavo, F.M. (1996). Personal attitudes, constraint magnitude, and correspondence bias. *Basic and Applied Social Psychology*, 18, pp. 211-228.
74. Vezi Woolfolk, R.L., Doris, J.M., Darley, J.M. (2006). Identification, situational constraint, and social cognition : Studies in the attribution of moral responsibility. *Cognition*, 100, pp. 283-301.
75. Katz, R.C., Hannon, R., Whitten, L. (1996). Effects of gender and situation on the perception of sexual harassment. *Sex Roles*, 34, pp. 35-42 ; Bursik, K. (1992). Perceptions of sexual harassment in an academic context. *Sex Roles*, 27, pp. 401-412 ; Marks, M.A., Nelson, E.S. (1993). Sexual harassment on campus : Effects of professor gender on perception of sexually harassing behaviors. *Sex Roles*, 28, pp. 207-217.

Capitolul 5

1. Christensen, M., Kirby, S. (eds.) (2003). *Language evolution*. New York, Oxford University Press.
2. Jenkins, L. (2000). *Biolinguistics : Exploring the biology of language*. Cambridge, Cambridge University Press.
3. Hockett, C.F. (1958). *A course in modern linguistics*. New York, Macmillan.
4. Vezi, de exemplu, Shetter, W.Z. (2002). Your mouse just went "click" : Speech sounds imitating natural ones. Accesat la 9 septembrie 2006, pe http : //home.bluemarble.netMangmin/miniatures/onomato.htm ; Trask, R.L. (1999). *Language : The basics*. New York, Routledge
5. Pinker, S. (2007). *The stuff of thought : Language as a window into human nature*. New York, Viking.
6. Ogden, C.K., Richards, I.A. (1927). *The meaning of meaning : A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism* (ed. a II-a). Orlando, Harcourt Brace.
7. British Council. (2004). Mum's the word : British Council announces results of 70 most beautiful words survey. Accesat la 23 septembrie 2006, pe http : //www.britishcouncil.de/e/about/70words.htm
8. Bryson, B. (1990). *The mothertongue : English and how it got that way*. New York, William Morrow.
9. Hayakawa, S.I., Hayakawa, A.R. (1991). *Language in thought and action*. San Diego, Harcourt.
10. Gudykunst, W., Lee, C. (2002). Cross-cultural communication theories. În W. Gudykunst, B. Mody (eds.), *Handbook of international and intercultural communication* (ed. a II-a, pp. 25-50). Thousand Oaks, Sage.
11. Giles, H., Franklyn-Stokes, A. (1989). Communicator characteristics. În M.K. Asante, W. Gudykunst (eds.), *Handbook of international and intercultural communication* (pp. 117-144). Newbury Park, Sage.
12. Schultz. E.A. (1990). *Dialogue at the margins : Whorf, Bakhtin, and linguistic relativity*. Madison, University of Wisconsin Press ; Whorf, B.L. (1956). The relation of habitual thought and behavior to language. În J.B. Carroll (ed.), *Language, thought, and reality : Selected writings of Benjamin Lee Whorf* (pp. 134-159). Cambridge, MIT Press.
13. Gumperz, J.J., Levinson, S.C. (eds.) (1996). *Rethinking linguistic relativity*. New York, Cambridge University Press.
14. Pentru mai multe detalii despre ipoteza Sapir-Whorf, vezi Hoijer, H. (1988). The Sapir-Whorf hypothesis. În L.A. Samovar, R.E. Porter (eds.), *Intercultural communication : A reader* (ed. a V-a, pp. 225-232). Belmont, Wadsworth.
15. Marcus, M.G. (octombrie 1976). The power of a name. *Psychology Today*, 9, pp. 75-77, 106.
16. Steele, K.M., Smithwick, L.E. (1989). First names and first impressions : A fragile relationship. *Sex Roles*, 21, pp. 517-523.
17. Bertrand, M., Mullainathan, S. (2004). Are Emily and Greg more employable than Lakisha and Jamal ? A field experiment on labor market discrimination. *American Economic Review*, 94, pp. 991-1013 ; dar vezi Fryer, R.G., Levitt, S.D. (2004). The causes and consequences of distinctively black names. *Quarterly Journal of Economics*, 119, pp. 767-805.
18. U.S. Social Security Administration. Popular baby names. Accesat la 12 noiembrie 2010, pe http : // www.ssa.gov/OACT/babynames/.

19. Foss, K.A., Edson, B.A. (1989). What's in a name? Accounts of married women's name choices. *Western Journal of Speech Communication*, 53, pp. 356-373.
20. Parigoris, C.G. (2002). Marital surnames and gender roles of contemporary women. *Dissertation Abstracts International*, 62, p. 3851 ; Twenge, J.M. (1997). "Mrs. His Name" : Women's preferences for married names. *Psychology of Women Quarterly*, 21, pp. 417-429.
21. Stafford, L., Kline, S.L. (1996). Married women's name choices and sense of self. *Communication Reports*, 9, pp. 85-92.
22. Priester, J.R., Petty, R.E. (1995). Source attributions and persuasion : Perceived honesty as a determinant of message scrutiny. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, pp. 637-654.
23. Reynolds, N. (1993). Ethos as location : New sites for discursive authority. *Rhetoric Review*, 11, pp. 325-338.
24. Stewart, R.A. (1994). Perceptions of a speaker's initial credibility as a function of religious involvement and religious disclosiveness. *Communication Research Reports*, 11, pp. 169-176.
25. Vezi, de exemplu, Rothman, A.J., Salovey, P., Turvey, O., Fishkin, S.A. (1993). Attributions of responsibility and persuasion : Increasing mammography utilization among women over 40 with an internally oriented message. *Health Psychology*, 12, pp. 39-47.
26. Giles, H., Wiemann, J.M. (1987). Language, social comparison and power. În C.R. Berger, S.H. Chaffee (eds.), *The handbook of communication science* (pp. 350-384). Newbury Park, Sage.
27. Bavelas, J.B., Black, A., Chovil, N., Mullen, J. (1990). *Equivocal communication*. Newbury Park, Sage ; Bavelas, J.B., Black, A., Bryson, L., Mullett, J. (1988). Political equivocation : A situational explanation. *Journal of Language and Social Psychology*, 7, pp. 137-145.
28. Hamilton, M.A., Mineo, P.J. (1998). A framework for understanding equivocation. *Journal of Language and Social Psychology*, 17, pp. 3-35.
29. Daly, J.A., Diesel, C.A., Weber, D. (1994). Conversational dilemmas. În W.R. Cupach, B.H. Spitzberg (eds.), *The dark side of interpersonal communication* (pp. 127-156). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
30. Lakoff, R. (1973). Language and woman's place. *Language in Society*, 2, pp. 45-80.
31. Bradac, J.J., Wiemann, J.M., Schaefer, K. (1994). The language of control in interpersonal communication. În J.A. Daly, J.M. Wiemann (eds.), *Strategic interpersonal communication* (pp. 102-104). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
32. Hosman, L.A. (1989). The evaluative consequences of hedges, hesitations, and intensifiers : Powerful and powerless speech styles. *Human Communication Research*, 15, pp. 383-406.
33. Huston, T.L., Caughlin, J.P., Houts, R.M., Smith, S.E., George, L.J. (2001). The connubial crucible : Newlywed years as predictors of marital delight, distress, and divorce. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, pp. 237-151.
34. Jorm, A.F., Dear, K.B.G., Rodgers, B., Christensen, H. (2003). Interaction between mother's and father's affection as a risk factor for anxiety and depression symptoms. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 38, pp. 173-179 ; Schwartz, G.E., Russek, L.G. (1998). Family love and lifelong health? A challenge for clinical psychology. În D.K. Routh, R.J. DeRubeis (eds.), *The science of clinical psychology : Accomplishments and future directions* (pp. 121-146). Washington, DC, American Psychological Association.
35. Vezi Floyd, K. (2006). *Communicating affection : Interpersonal behavior and social context*. Cambridge, Cambridge University Press.
36. Floyd, K., Morman, M.T. (2000). Reacting to the verbal expression of affection in same-sex interaction. *Southern Journal of Communication*, 65, pp. 287-299.
37. ASD/AMD Merchandise Group (2006). Greeting card marketers and retailers struggle. Accesat la 18 septembrie 2006, pe http://www.merchandisegroup.com/merchandise/newsletter/newsletterdisplay.jsp?vnucontent_id=1001306530
38. www.bluemountain.com.
39. Vezi, de exemplu, Zunin, L.M., Zunin, H.S. (1992). *The art of condolence : What to write, what to say, and what to do at a time of loss*. New York, Harper.
40. Vezi Pennebaker, J.W. (ed.). (1995). *Emotion, disclosure, and health*. Washington, DC, American Psychological Association.
41. Floyd, K., Mikkelson, A.C, Tafoya, M.A., Farinelli, L., La Valley, A.G., Judd, J., Haynes, M.T., Davis, K.L., Wilson, J. (2007). Human affection exchange : XIII. Affectionate communication accelerates neuroendocrine stress recovery. *Health Communication*, 22, pp. 123-132.

42. Wiseman, R. (2002). *Laughlab : The scientific search for the world's funniest joke.* Londra, Random House.
43. Mobbs, D., Greicius, M.D., Abdel-Azim, E., Menon, V., Reiss, A.L. (2003). Humor modulates the mesolimbic reward centers. *Neuron*, 40, pp. 1041-1048.
44. Norrick, N.R. (1993). *Conversational joking : Humor in everyday talk.* Indianapolis, Indiana University Press.
45. Keller, K. (1984). *Humor as therapy.* Wauwatosa, Med-Psych.
46. Feingold, A. (1992). Gender differences in mate selection preferences : A test of the parental investment model. *Psychological Bulletin*, 112, pp. 125-139.
47. Greengross, G., Miller, G.F. (2008). Dissing oneself versus dissing rivals : Effects of status, personality, and sex on the short-term and long-term attractiveness of self-deprecating and other--deprecating humor. *Evolutionary Psychology*, 6, pp. 393-408.
48. Alberts, J.K. (1992). Teasing and sexual harassment : Double bind communication in the workplace. În L.A. Perry, H. Sterk, L. Turner (eds.), *Constructing and reconstructing gender* (pp. 150-120). Albany, SUNY Press.
49. Makin, V.S. (2004). Face management and the role of interpersonal politeness variables in euphemism production and comprehension. *Dissertation Abstracts International*, 64, p. 4077 ; McGlone, M.S., Batchelor, J.A. (2003). Looking out for number one : Euphemism and face. *Journal of Communication*, 53, pp. 251-264.
50. Gladney, G.A., Rittenburg, T.L. (2005). Euphemistic text affects attitudes, behavior. *Newspaper Research Journal*, 26, pp. 28-41.
51. McGlone, M.S., Beck, G., Pfiester, A. (2006). Contamination and camouflage in euphemisms. *Communication Monographs*, 73, pp. 261-282.
52. Deans, B. (1991). The sanitized lexicon of modern war. *Newspaper Research Journal*, 12, pp. 11-12.
53. Lutz, W. (1987). *Doublespeak : From "revenue enhancement" to "terminal living" : How government, business, advertisers, and others use language to deceive you.* New York, Harper & Row.
54. Gladney, Rittenburg, 2005.
55. Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3, pp. 193-209.
56. Vezi Spacks, P.M. (1985). *Gossip.* New York, Knopf.
57. Stephens, R., Atkins, J., Kingston, A. (2009). Swearing as a response to pain. *NeuroReport*, 20, pp. 1056-1060.
58. Butler, J. (1997). *Excitable speech : A politics of the performative.* New York, Routledge.
59. Abelson, R. (20 aprilie 2001). Online message boards getting nasty. *Raleigh News and Observer*, pp. El, E3.
60. Emanuel, E.J. (1994). The history of euthanasia debates in the United States and Britain. *Annals of Internal Medicine*, 121, pp. 793-802.
61. Hurst, S.A., Mauron, A. (2006). The ethics of palliative care and euthanasia : Exploring common values. *Palliative Medicine*, 20, pp. 107-112.
62. Kubany, E.S., Richard, D.C, Bauer, G.B., Muraoka, M.Y. (1992). Impact of assertive and accusatory communication of distress and anger : A verbal component analysis. *Aggressive Behavior*, 18, pp. 337-347.

Capitolul 6

1. Nierenberg, G. (1990). *How to read a person like a book.* New York, Pocket.
2. Calero, H.H. (2005). *The power of nonverbal communication : What you do is more important than what you say.* Lansdowne, Silver Lake.
3. Mehrabian, A. (1968). Communication without words. *Psychology Today*, 2, pp. 51-52.
4. Birdwhistell, R.L. (1970). *Kinesics and context.* Philadelphia, University of Pennsylvania Press ; vezi şi Philpott, J.S. (1983). The relative contribution to meaning of verbal and nonverbal channels of communication : A meta-analysis. Unpublished master's thesis, University of Nebraska, Lincoln.
5. Burgoon, J.K., Hoobler, G. (2002). Nonverbal signals. În M.L. Knapp, J. Daly (eds.), *Handbook of interpersonal communication* (ed. a III-a, pp. 240-299). Thousand Oaks, Sage.

6. Vezi Hall, J.A. (2006). How big are nonverbal sex differences? The case of smiling and nonverbal sensitivity. În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 59-81). Mahwah. Lawrence Erlbaum Associates.
7. Ekman, P., Friesen, W.V. (1975). *Unmasking the face: A field guide to recognizing emotions from facial clues.* Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
8. Ekman, P. (1972). Universals and cultural differences in facial expressions of emotion. În J. Cole (ed.), *Nebraska symposium on motivation, 1971* (vol. XIX, pp. 207-282). Lincoln, University of Nebraska Press.
9. McAndrew, F.T. (1986). A cross-cultural study of recognition thresholds for facial expression of emotion. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 17, pp. 211-224; Boucher, J.D., Carlson, G.E. (1980). Recognition of facial expression in three cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 11, pp. 263-280; Cüceloglu, D.M. (1970). Perception of facial expressions in three cultures. *Ergonomics*, 13, pp. 93-100; Ekman, P., Friesen, W.V., O'Sullivan, M., Chan, A., Diacoyanni-Tarlatzis, I., Heider, K., Krause, R., LeCompte, W.A., Pitcairn, T., Ricci-Bitti, P.E., Scherer, K., Tomita, M., Tzavaras, A. (1987). Universals and cultural differences in the judgments of facial expressions of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, pp. 712-717; Izard, C.E. (1971). *The face of emotion.* New York, Appleton-Century-Crofts; Niit, T., Valsiner, J. (1977). Recognition of facial expressions: An experimental investigation of Ekman's model. *Acta et Commentationes Universitatis Tarvensis*, 429, pp. 85-107.
10. Elfenbein, H.A., Ambady, N. (2002). On the universality and cultural specificity of emotion recognition: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 128, pp. 203-235.
11. Kappas, A., Hess, U., Scherer, K.R. (1991). Voice and emotion. În R.S. Feldman, B. Rime (eds.), *Fundamentals of nonverbal communication* (pp. 200-237). Cambridge, Cambridge University Press.
12. Wegner, D.M., Vallacher, R.R. (1977). *Implicit psychology: An introduction to social cognition.* New York, Oxford University Press.
13. Vezi, de exemplu, Eagley, A.H., Ashmore, R.D., Makhijani, M.G., Longo, L.C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, pp. 109-138.
14. Burgoon, J.K., Buller, D.B., Woodall, W.G. (1996). *Nonverbal communication: The unspoken dialogue* (ed. a II-a). New York, McGraw-Hill.
15. Bavelas, J.B., Coates, L., Johnson, T. (2002). Listener responses as a collaborative process: The role of gaze. *Journal of Communication*, 52, pp. 566-580.
16. Knapp, M.L., Hart, R.P., Freidrich, G.W., Shulman, G.M. (1973). The rhetoric of goodbye: Verbal and nonverbal correlates of human leave-taking behavior. *Speech Monographs*, 40, pp. 182-198.
17. Knapp *et al.*, 1973; vezi şi O'Leary, M.J., Gallois, C. (1985). The last ten turns: Behavior and sequencing in friends' and strangers' conversational findings. *Journal of Nonverbal Behavior*, 9, pp. 8-27.
18. Fridlund, A.J., Russell, J.A. (2006). The functions of facial expressions: What's in a face? În V. Manusov, M.L. Patterson (eds.), *The Sage handbook of nonverbal communication* (pp. 299-319). Thousand Oaks, Sage.
19. Sroufe, L.A. (1984). The organization of emotional development. În K.R. Scherer, P. Ekman (eds.), *Approaches to emotion* (pp. 109-128). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
20. Fox, N., Davidson, R. (1988). Patterns of brain electrical activity during facial signs of emotion in 10-month-old infants. *Developmental Psychology*, 24, pp. 230-236.
21. Scherer, K. (1995). Expression of emotion in voice and music. *Journal of Voice*, 9, pp. 235-248.
22. Murray, I.R., Arnott, J.L. (1993). Toward the simulation of emotion in synthetic speech: A review of the literature on human vocal emotion. *Journal of the Acoustical Society of America*, 93, pp. 1097-1108.
23. Johnson, W.F., Emde, R.N., Scherer, K.R., Klinnert, M.D. (1986). Recognition of emotion from vocal cues. *Archives of General Psychiatry*, 43, pp. 280-283.
24. Moore, M.M. (1985). Non-verbal courtship patterns in women: Context and consequences. *Ethology and Sociobiology*, 6, pp. 237-247; Moore, M.M. (2002). Courtship communication and perception. *Perceptual and Motor Skills*, 94, pp. 97-105.
25. Givens, D.B. (1978). The nonverbal basis of attraction: Flirtation, courtship, and seduction. *Psychiatry*, 41, pp. 346-359.
26. Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior and social context.* Cambridge, Cambridge University Press.

27. Spain. D. (1992). *Gendered spaces*. Chapel Hill, University of North Carolina Press.
28. Kimble. C.E., Forte, R.A., Yoshikawa, J.C. (1981). Nonverbal concomitants of enacted emotional intensity and positivity: Visual and vocal behavior. *Journal of Personality*, 29, pp. 271-283; Chapman. A.J. (1975). Eye contact, physical proximity and laughter: A re-examination of the equilibrium model of social intimacy. *Social Behavior and Personality*, 3, pp. 143-155; Siegman, A.W. (1978). The telltale voice: Nonverbal messages of verbal communication. În A.W. Siegman, S. Feldstein (eds.), *Nonverbal behavior and communication* (pp. 183-243). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
29. Burgoon, J.K., Koper, R.J. (1984). Nonverbal and relational communication associated with reticence. *Human Communication Research*, 10, pp. 601-626; Cappella, J.N., Greene, J.O. (1984). The effects of distance and individual differences in arousability on nonverbal involvement: A test of discrepancy-arousal theory. *Journal of Nonverbal Behavior*, 8, pp. 259-286; Kemper, T.D. (1984). Power, status, and emotions: A sociological contribution to a psychophysiological domain. În K.R. Scherer, P. Ekman (eds.), *Approaches to emotion* (pp. 369-383). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
30. Burgoon, J.K., Buller, D.B., Hale, J.L., deTurck, M.A. (1984). Relational messages associated with nonverbal behaviors. *Human Communication Research*, 10, pp. 351-378; Patterson, J.L., Jordan, A., Hogan, M.B., Frerker, D. (1981). Effects of nonverbal intimacy on arousal and behavioral adjustment. *Journal of Nonverbal Behavior*, 5, pp. 184-198.
31. American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (ed. a IV-a revizuită). Washington, DC, Author.
32. Troisi, A., Moles, A. (1999). Gender differences in depression: An ethological study of nonverbal behavior during interviews. *Journal of Psychiatric Research*, 33, pp. 243-250.
33. Burgoon, J.K., Guerrero, L.K, Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication*. Boston, Allyn & Bacon.
34. Guerrero, L.K., Floyd, K. (2006). *Nonverbal communication in close relationships*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
35. McGlone, R.E., Hollien, H. (1963). Vocal pitch characteristics of aged women. *Journal of Speech and Hearing Research*, 6, pp. 164-170.
36. Schötz, S. (2003). Towards synthesis of speaker age: A perceptual study with natural, synthesized and resynthesized stimuli. *PHONUM*, 9, pp. I-X.
37. Mendoza, E., Valencia, N., Muñoz, J., Trujillo, H. (1996). Differences in voice quality between men and women: Use of the long-term average spectrum (LIAS). *Journal of Voice*, 10, pp. 59-66.
38. Günzburger, D. (1984). Perception of some male-female voice characteristics. *Progress Report Institute of Phonetics Utrecht*, 9, pp. 15-26.
39. Paek, S.L. (1986). Effect of garment style on the perception of personal traits. *Clothing and Textiles Research*, 5, pp. 10-16.
40. Pratt, M.G., Rafaeli, A. (2004). Organizational dress as a symbol of multilayered social identities. În M.J. Hatch, M. Schultz (eds.), *Organizational identity: A reader* (pp. 275-312). New York, Oxford University Press.
41. O'Neal, G.S., Lapitsky, M. (1991). Effects of clothing as nonverbal communication on credibility of the message source. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9, pp. 28-34.
42. Street, R.L., Brady, R.M. (1982). Speech rate acceptance ranges as a function of evaluative domain, listener speech rate, and communication context. *Communication Monographs*, 49, pp. 290-308.
43. Burgoon, J.K, Birk, T., Pfau, M. (1990). Nonverbal behaviors, persuasion, and credibility. *Human Communication Research*, 17, pp. 140-169.
44. Linkey, H.E., Firestone, I.J. (1990). Dyad dominance composition effects, nonverbal behaviors, and influence. *Journal of Research in Personality*, 24, pp. 206-215.
45. Vezi Walker, D., Dubitsky, T.M. (1994). Why liking matters. *Journal of Advertising Research*, 3, pp. 9-18.
46. Floyd, K., Burgoon, J.K. (1999). Reacting to nonverbal expressions of liking: A test of interaction adaptation theory. *Communication Monographs*, 66, pp. 219-239.
47. Kleinke, C.L. (1977). Compliance to requests made by gazing and touching experimenters in field settings. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, pp. 218-223; Paulsell, S., Goldman, M. (1984). The effect of touching different body areas on prosocial behavior. *Journal of Social Psychology*, 122, pp. 269-273.

48. Burgoon, J.K., Stern, L.A., Dillman, L. (1995). *Interpersonal adaptation: Dyadic interaction patterns*. New York, Cambridge University Press.
49. Lutz-Zois, C.J., Bradley, A.C., Mihalik, J.L., Moorman Eavers, E.R. (2006). Perceived similarity and relationship success among dating couples: An idiographic approach. *Journal of Social and Personal Relationships*, 23, pp. 865-880; Morry, M.M. (2007). The attraction-similarity hypothesis among cross-sex friends: Relationship satisfaction, perceived similarities, and self-serving perceptions. *Journal of Social and Personal Relationships*, 24, pp. 117-138.
50. Ekman, P., Friesen, W.V., O'Sullivan, M. (1997). Smiles when lying. În P. Ekman, E.L. Rosenberg (eds.), *What the face reveals: Basic and applied studies of spontaneous expression using the facial action coding system (FACS)* (pp. 201-214). New York, Oxford University Press.
51. Ekman, P., Friesen, W.V., Scherer, K.R. (1976). Body movement and voice pitch in deceptive interaction. *Semiotica*, 16, pp. 23-27.
52. Ekman, P., O'Sullivan, M, Friesen, W.V., Scherer, K.R. (1991). Face, voice, and body in detecting deceit. *Journal of Nonverbal Behavior*, 15, pp. 125-135.
53. Knapp, M.L. (1978). *Nonverbal communication in human interaction* (ed. a II-a). New York, Holt.
54. Ellis, H.D., Young, A.W. (1989). Are faces special? În A.W. Young, H.D. Ellis (eds.), *Handbook of research on face process-ing* (pp. 1-26). Amsterdam, North-Holland.
55. Scheib, J.E., Gangestad, S.W., Thornhill, R. (1999). Facial attractiveness, symmetry, and cues to good genes. *Proceedings of the Royal Society of London, Series B*, 266, pp. 1913-1917; Grammer, K., Thornhill, R. (1994). Human (*homo sapiens*) facial attractiveness and sexual selection: The role of symmetry and averageness. *Journal of Comparative Psychology*. 108, pp. 233-242.
56. http://www.aafprs.org/patient/procedures/rhinoplasty.html
57. Ekman, P., Friesen, W.V., Ellsworth, P. (1972). *Emotion in the human face: Guidelines for research and an integration of findings*. New York, Pergamon Press.
58. Rosenthal, R., DePaulo, B.M. (1979). Sex differences in accommodation in nonverbal communication. În R. Rosenthal (ed.), *Skill in nonverbal communication: Individual differences* (pp. 68-103). Cambridge, Oelgeschlager, Gunn & Hain.
59. Eagly, A.H., Crowley, M. (1986). Gender and helping behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, pp. 283-308.
60. Akert, R.M., Panter, A.T. (1988). Extraversion and the ability to decode nonverbal communication. *Personality & Individual Differences*, 9, pp. 965-972.
61. Smith, C., Lentz, E.M., Mikos, K. (1988). *Signing naturally*. San Diego, DawnSign.
62. Iverson, J.M., Tencer, H.L., Lany, J., Goldin-Meadow, S. (2000). The relation between gesture and speech in congenitally blind and sighted language-learners. *Journal of Nonverbal Behavior*, 24, pp. 105-130.
63. Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior and social context*. Cambridge, Cambridge University Press.
64. Field, T.M. (ed.). (1995). *Touch in early development*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
65. Del Prete, T. (1997). Hands off? A touchy subject. *The Education Digest*, 62. pp. 59-61. Citatul este de la p. 59.
66. Field, T. (2001). *Touch*. Cambridge, MIT Press. Citatul este de la p. 5.
67. Pentru o analiză, vezi Field, 2001.
68. Burgener, S., Bakas, T., Murray, O., Dunahee, J., Tossey, S. (1998). Effective caregiving approaches for patients with Alzheimer's disease. *Geriatric Nursing*, 19, pp. 121-126; Gadow, S. (1984). Touch and technology: Two paradigms of patient care. *Journal of Religion and Health*, 23, pp. 63-69.
69. Vezi, de exemplu, Tjaden, P., Thoennes, N. (1998). *Prevalence, incidence, and consequences of violence against women: Findings from the National Violence Against Women Survey*. Washington, DC, National Institute of Justice, NCJ 172837.
70. De exemplu, vezi Kneidinger, L.M., Maple, T.L., Tross, S.A. (2001). Touching behavior in sport: Functional components, analysis of sex differences, and ethological considerations. *Journal of Nonverbal Behavior*, 25, pp. 43-62.
71. Zuckerman, M., Miyake, K. (1993). The attractive voice: What makes it so? *Journal of Nonverbal Behavior*, 17, pp. 119-135.
72. Wolvin, A., Coakley, C. (1996). *Listening*. Dubuque, Brown & Benchmark.
73. Burgoon, J.K., Guerrero, L.K., Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication*. Boston, Allyn & Bacon.

74. Williams, K.D., Shore, W.J., Grahe, J.E. (1998). The silent treatment: Perceptions of its behaviors and associated feelings. *Group Processes and Intergroup Relations*, 1, pp. 117-141.
75. Pentru discuții detaliate, vezi Kamakura, W.A., Basuroy, S., Boatwright, P. (2006). Is silence golden? An inquiry into the meaning of silence in professional product evaluations. *Quantitative Marketing and Economics*, 4, pp. 119-141.
76. Hall, E.T. (1959). The silent language. Garden City, Doubleday; Hall, E.T. (1963). System for the notation of proxemic behavior. *American Anthropologist*, 65, pp. 1003-1026.
77. Braithwaite, D.O., Braithwaite, C.A. (2000). Understanding communication of persons with disabilities as cultural communication. În L.A. Samovar, R.E. Porter (eds.), *Intercultural communication: A reader* (ed. a IX-a, pp. 136-145). Belmont, Wadsworth.
78. Park, J.H., Faulkner, J., Schaller, M. (2003). Evolved disease-avoidance processes and contemporary anti-social behavior: Prejudicial attitudes and avoidance of people with physical disabilities. *Journal of Nonverbal Behavior*, 27, pp. 65-87.
79. Dion, K.K., Berscheid, E., Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, pp. 285-290; Eagley, A.E., Ashmore, R.D., Makhijani, M.G., Longo, L.C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, pp. 109-139; Kuhlenschmidt, S., Conger, J.C. (1988). Behavioral components of social competence in females. *Sex Roles*, 18, pp. 107-112.
80. Curran, J.P., Lippold, S. (1975). The effects of physical attraction and attitude similarity on attraction in dating dyads. *Journal of Personality*, 43, pp. 528-539; O'Grady, K.E. (1989). Physical attractiveness, need for approval, social self-esteem, and maladjustment. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 8, pp. 62-69.
81. Efran, M.G. (1974). The effect of physical appearance on the judgment of guilt, interpersonal attraction, and severity of recommended punishment in a simulated jury task. *Journal of Experimental Research in Personality*, 8, pp. 45-54; Efran, M.G., Patterson, E. (1974). Voters vote beautiful: The effect of physical appearance on a national debate. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 6, pp. 352-356; West, S.G., Brown, T.J. (1975). Physical attractiveness, the severity of the emergency and helping: A field experiment and interpersonal simulation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, pp. 531-538.
82. Pointer, M.R., Attridge, G.G. (1998). The number of discernible colours. *Color Research and Application*, 23, pp. 52-54.
83. Davidoff, J. (1991). *Cognition through color*. Cambridge, MIT Press.
84. Lüscher, M., Scott, I. (1969). *The Lüscher Color Test*. New York, Random House.
85. Jandt, F.E. (1995). *Intercultural communication: An introduction*. Thousand Oaks, Sage.
86. Burgoon, J.K., Guerrero, L.K., Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication*. Boston, Allyn & Bacon.
87. Feghali, E.K. (1997). Arab cultural communication patterns. *International Journal of Intercultural Relations*, 21, pp. 345-378.
88. Watson, O.M. (1970). *Proxemic behavior: A cross-cultural study*. Haga, Mouton.
89. Iizuka, Y. (1994). Gaze during speaking as related to shyness. *Perceptual and Motor Skills*, 78, pp. 1259-1264; Larsen, R.J., Shackelford, T.K. (1996). Gaze avoidance: Personality and social judgments of people who avoid direct face-to-face contact. *Personality and Individual Differences*, 21, pp. 907-917.
90. Matsumoto, D. (2006). Culture and nonverbal behavior. În V. Manusov, M.L. Patterson (eds.), *The Sage handbook of nonverbal communication* (pp. 219-236). Thousand Oaks, Sage.
91. Ekman, P. (1993). Facial expressions and emotion. *American Psychologist*, 48, pp. 384-392; Ekman, P., Friesen, W.V. (1986). A new pan-cultural facial expression of emotion. *Motivation and Emotion*, 10, pp. 159-168; Scherer, K.R., Walbott, H.G. (1994). Evidence for universality and cultural variation of differential emotion response patterning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, pp. 310-328.
92. Matsumoto, 2006; Matsumoto, D. (1991). Cultural influences on facial expressions of emotion. *Southern Communication Journal*, 56, pp. 128-137.
93. Burgoon *et al.*, 2010.
94. Hall, E.T., Hall, M.R. (1990). *Understanding cultural differences: Germans, French, and Americans*. Yarmouth, Intercultural.
95. Levine, R., Wolff, E. (martie 1985). Social time: The heartbeat of culture. *Psychology Today*, pp. 28-35.

96. McDaniel, E.R., Andersen, P.A. (1998). Intercultural variations in tactile communication: A field study. *Journal of Nonverbal Behavior*. 22, pp. 59-75; vezi şi Field, T. (1999). American adolescents touch each other less and are more aggressive toward their peers as compared with French adolescents. *Adolescence*, 34, pp. 753-758.
97. Andersen, P.A. (2008). *Nonverbal communication: Forms and functions* (ed. a II-a). Long Grove, Waveland; Andersen, P.A., Wang, H. (2006). Unraveling cultural cues: Dimensions of nonverbal communication across cultures. În L.A. Samovar, R.E. Porter, E.R. McDaniel (eds.), *Intercultural communication: A reader* (pp. 250-266). Belmont, Wadsworth.
98. Kramsch, C. (1998). *Language and culture*. New York, Oxford University Press.
99. Fridlund, A.J. (1994). *Human facial expression: An evolutionary review*. San Diego, Academic.
100. Griesler, D.L., Kuhl, P.K. (1988). Maternal speech to infants in a tonal language: Support for universal prosodic features in motherese. *Developmental Psychology*, 24, pp. 14-20.
101. Wood, J.T. (2009). *Gendered lives: Communication, culture, and gender* (ed. a VIII-a). Belmont, Cengage/Wadsworth.
102. Floyd, K., Mikkelson, A.C., Hesse, C. (2007). *The biology of human communication* (ed. a II-a). Florence, Thomson.
103. Burgoon, J.K., Bacue, A. (2003). Nonverbal communication skills. În B.R. Burleson, J.O. Greene (eds.), *Handbook of communication and social interaction skills* (pp. 179-219). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
104. Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior and social context*. Cambridge, Cambridge University Press.
105. Blier, M.J., Blier-Wilson, L.A. (1989). Gender differences in sex-rated emotional expressiveness. *Sex Roles*, 21, pp. 287-295.
106. Nolen-Hoeksema, S. (1987). Sex differences in unipolar depression: Evidence and theory. *Psychological Bulletin*, 101, pp. 259-282.
107. Coats, E.J., Feldman, R.S. (1996). Gender differences in nonverbal correlates of social status. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, pp. 1014-1022.
108. Burrowes, B.D., Halberstadt, A.G. (1987). Self- and family-expressiveness styles in the experience and expression of anger. *Journal of Nonverbal Behavior*, 11, pp. 254-268.
109. Mulac, A., Studley, L.B., Wiemann, J.W., Bradac, J.J. (1987). Male/female gaze in same-sex and mixed-sex dyads: Gender-linked differences and mutual influence. *Human Communication Research*, 13, pp. 323-344.
110. Wada, M. (1990). The effects of interpersonal distance change on nonverbal behaviors: Mediating effects of sex and intimacy levels in a dyad. *Japanese Psychological Research*, 32, pp. 86-96.
111. Exline, R.V. (1963). Explorations in the process of person perception: Visual interaction in relation to competition, sex, and the need for affiliation. *Journal of Personality*, 31, pp. 1-20.
112. Mulac *et al.*, 1987.
113. Patterson, M.L., Schaeffer, R.E. (1997). Effects of size and sex composition on interaction distance, participation, and satisfaction in small groups. *Small Group Behavior*, 8, pp. 433-442.
114. Shaffer, D.R., Sadowski, C. (1975). This table is mine: Respect for marked barroom tables as a function of gender of spatial marker and desirability of locale. *Sociometry*, 38, pp. 408-419.
115. Marieb, E.N. (2003). *Essentials of human anatomy and physiology* (ed. a VII-a). San Francisco, Benjamin Cummings.
116. Fitzpatrick, M.A., Mulac, A., Dindia, K. (iulie 1994). *Convergence and reciprocity in male and female communication patterns in spouse and stranger interaction*. Lucrare prezentată la Fifth International Conference on Language and Social Psychology, Brisbane, Australia.
117. Major, B., Schmidlin, A.M., Williams, L. (1990). Gesture patterns in social touch: The impact of setting and age. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, pp. 634-643.
118. *Ibid.*
119. Vezi Dortsch, S. (1997). Women at the cosmetics counter. *American Demographics*, 19, p. 4.
120. Vezi, de exemplu, Hall, J.A. (2006). How big are nonverbal sex differences? The case of smiling and nonverbal sensitivity. În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 59-81). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
121. Ekman, P., Friesen, W.V. (1982). Felt, false, and miserable smiles. *Journal of Nonverbal Behavior*, 6, pp. 238-252.

122. Riggio, R.E. (2005). The Social Skills Inventory (SSI) : Measuring nonverbal and social skills. În V. Manusov (ed.), *The sourcebook of nonverbal measures : Going beyond words* (pp. 25-34). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
123. Riggio, R.E. (2006). Nonverbal skills and abilities. În V. Manusov, M.L. Patterson (eds.), *The Sage handbook of nonverbal communication* (pp. 79-96). Thousand Oaks, Sage.
124. Riggio, R.E. (1986). Assessment of basic social skills. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp. 649-660.
125. Vezi Friedman, H.S., Riggio, R.E. (1981). Effects of individual differences in nonverbal expressiveness on transmission of emotion. *Journal of Nonverbal Behavior*, 6, pp. 96-102.
126. Friedman, H.S., Prince, L.M., Riggio, R.E., DiMatteo, M.R. (1980). Understanding and assessing nonverbal expressiveness : The Affective Communication Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, pp. 333-351.

Capitolul 7

1. Vezi Spitzberg, B.H. (1994). The dark side of (in)competence. În W.R. Cupach, B.H. Spitzberg (eds.), *The dark side of interpersonal communication* (pp. 25-50). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
2. Emmert, P. (1996). President's perspective. *ILA Listening Post*, 56, pp. 2-3.
3. Dindia, K., Kennedy, B.L. (noiembrie 2004). *Communication in everyday life : A descriptive study using mobile electronic data collection.* Lucrare prezentată la conferința anuală a National Communication Association, Chicago.
4. Barker, L., Edwards, R., Gaines, C, Gladney, K., Holley, F. (1980). An investigation of proportional time spent in various communicating activities by college students. *Journal of Applied Communication Research*, 8, pp. 101-109 ; Hargie, O., Saunders, C., Dickson, D. (1994). *Social skills in interpersonal communication* (ed. a III-a). New York, Routledge.
5. Windsor, J.L., Curtis, D.B., Stephens, R.D. (1997). National preferences in business and communication education : An update. *Journal of the Association for Communication Administration*, 3, pp. 170-179.
6. Wolvin, A.D. (1984). Meeting the communication needs of the adult learner. *Communication Education*, 33, pp. 267-271.
7. Vezi, de exemplu, Prager, K.J., Buhrmester, D. (1998). Intimacy and need fulfillment in couple relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, pp. 435-469.
8. Brownell, J. (1990). Perceptions of effective listeners : A management study. *Journal of Business Communication*, 27, pp. 401-415.
9. Carrell, L.J., Willmington, S.C. (1996). A comparison of self-report and performance data in assessing speaking and listening competence. *Communication Reports*, 9, pp. 185-191.
10. Vezi Lane, K., Balleweg, B.J., Suler, J.R., Fernald, P.S., Goldstein, G.S. (2000). Acquiring skills - Undergraduate students. În M.E. Ware, D.E. Johnson (eds.), *Handbook of demonstrations and activities in the teaching of psychology : Vol. 3. Personality, abnormal, clinical-counseling, and social* (ed. a II-a, pp. 109-124). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
11. Spinks, N., Wells, B. (1991). Improving listening power : The payoff. *Bulletin of the Association for Business Communication*, 54, pp. 75-77.
12. Broome, B.J. (1991). Building shared meaning : Implications of a relational approach to empathy for teaching intercultural communication. *Communication Education*, 40, pp. 235-249.
13. Wolvin, A.D. (iunie 1987). *Culture as a listening variable.* Lucrare prezentată la conferința de vară a International Listening Association, Toronto, Ontario.
14. Chen, G.-M., Chung, J. (1997). The "Five Asian Dragons" : Management behaviors and organization communication. În L.A. Samovar, R.E. Porter (eds.), *Intercultural communication : A reader* (pp. 317--328). Belmont, Wadsworth.
15. Anderson, K.J., Leaper, C. (1998). Meta-analyses of gender effects on conversational interruption : Who, what, when, where, and how. *Sex Roles*, 39, pp. 225-252.
16. Bente, G., Donaghy, W.C., Suwelack, D. (1998). Sex differences in body movement and visual attention : An integrated analysis of movement and gaze in mixed-sex dyads. *Journal of Nonverbal Behavior*, 22, pp. 31-58.
17. Brownell, J. (2002). *Listening attitudes, principles, and skills* (ed. a II-a). Boston, Allyn & Bacon.

18. Macrae, C.N., Bodenhausen, G.V. (2001). Social cognition : Categorical person perception. *British Journal of Psychology*, 92, pp. 239-255.
19. Thomas, L.T., Levine, T.R. (1994). Disentangling listening and verbal recall : Separate but related constructs? *Human Communication Research*, 21, pp. 103-127.
20. Benoit, S.S., Lee, J.W. (1986). Listening : It can be taught. *Journal of Education for Business*, 63, pp. 229-232.
21. Bellezza, F.S., Buck, D.K. (1988). Expert knowledge as mnemonic cues. *Applied Cognitive Psychology*, 2, pp. 147-162.
22. Duncan, S., Fiske, D.W. (1977). *Face-to-face interaction : Research, methods, and theory*. New York, Wiley.
23. Egan, G. (1998). *The skilled helper* (ed. a VI-a). Pacific Grove, Brooks/Cole.
24. Kuhn, J.L. (2001). Toward an ecological humanistic psychology. *Journal of Humanistic Psychology*, 41, pp. 9-24.
25. Duan, C., Hill, C.E. (1996). The current state of empathy research. *Journal of Counseling Psychology*, 43, pp. 261-274.
26. Stiff, J.B., Dillard, J.P., Somera, L., Kim, H., Sleight, C. (1988). Empathy, communication, and prosocial behavior. *Communication Monographs*, 55, pp. 198-213.
27. Vezi Armstrong, B.G., Boiarsky, G.A., Mares, M.L. (1991). Background television and reading performance. *Communication Monographs*, 58, pp. 235-253.
28. Haider, M. (1970). Neuro-psychology of attention, expectation, and vigilance. În D.I. Mostofsky (ed.), *Attention : Contemporary theory and analysis* (pp. 419-432). New York, Appleton-Century-Crofts.
29. Ball, S.A., Zuckerman, M. (1992). Sensation seeking and selective attention : Focused and divided attention on a dichotic listening task. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, pp. 825-831.
30. Media Dynamics, Inc. (15 februarie 2007). Our rising ad dosage : It's not as oppressive as some think. *Media Matters, XXI* (3), pp. 1-2.
31. Toffler, A. (1970). *Future shock*. New York, Random House.
32. Keller, E. (19 iulie 2007). Why you can't get any work done : Workplace distractions cost U.S. business some S650 billion a year. Accesat la 23 noiembrie 2007, pe http://www.businessweek.com/careers/content/jul2007/ca20070719_880333.htm.
33. American Psychiatric Association (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (ed. a IV-a). Washington, DC, Author.
34. Attention-deficit hyperactivity disorder : ADHD in adults. Accesat la 8 martie 2008, pe http://www.webmd.com/add-adhd/guide/adhd-adults.
35. Versfeld, N.J., Dreschler, W.A. (2002). The relationship between the intelligibility of time-compressed speech and speech-in-noise in young and elderly listeners. *Journal of the Acoustical Society of America*, 111, pp. 401-408 ; Wolvin, A., Coakley, C. (1996). *Listening*. Dubuque, Brown & Benchmark.
36. Golen, S. (1990). A factor analysis of barriers to effective listening. *Journal of Business Communication*, 27, pp. 25-36.
37. *Ibid.*
38. Watson, K.W., Smeltzer, L.R. (1984). Barriers to listening : Comparisons between students and practitioners. *Communication Research Reports*, 1, pp. 82-87.
39. Golen, 1990.
40. James, D., Clarke, S. (1993). Women, men, and interruptions : A critical review. În D. Tannen (ed.), *Gender and conversational interaction* (pp. 231-267). New York, Oxford University Press.
41. Gilovich, T. (martie/aprilie 1997). Some systematic biases of everyday judgment. *Skeptical Inquirer*, pp. 31-35.
42. Taylor, S.E., Thomson, S.C. (1982). Stalking the elusive "vividness" effect. *Psychological Review*, 89, pp. 155-181.
43. http://www.planecrashinfo.com/rates.htm.
44. Glassman, J.K. (29 mai 1998). Put shootings in proper perspective. *San Jose Mercury News*, p. B7.
45. Ruggeiro, V. (1988). *Teaching thinking across the curriculum*. New York, Harper & Row.
46. Tannen, D. (1990). *You just don't understand : Women and men in conversation*. New York, Ballantine.
47. Pollak, K.I., Arnold, R.M., Jeffreys, A.S., Alexander, S.C., Olsen, M.K., Abernethy, A.P., Skinner, C.S., Rodriguez, L.K., Tulsky, J.A. (2007). Oncologist communication about emotion during visits with patients with advanced cancer. *Journal of Clinical Oncology*, 25, pp. 5748-5752.
48. Floyd, K. (2006). *Communicating affection : Interpersonal behavior and social context*. Cambridge, Cambridge University Press.

Capitolul 8

1. Frijda, N.H. (1993). Moods, emotion episodes, and emotions. În M. Lewis, J.M. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (ed. a II-a, pp. 381-403). New York, Guilford.
2. Morris, W.N. (1992). A functional analysis of the roie of mood in affective systems. În M.S. Clark (ed.), *Emotion* (pp. 256-293). Newbury Park, Sage.
3. Thayer, R.E. (1989). *The biopsychology of mood and arousal*. New York, Oxford University Press.
4. Guerrero, L.K., Floyd, K. (2006). *Nonverbal communication in close relationships*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
5. Sheldon, K.M., Elliott, A.J., Kim, Y., Kasser, T. (2001). What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, pp. 325-339.
6. Russell, J.A. (1994). Is there universal recognition of emotion from facial expression? *Psychological Bulletin*, 115, pp. 102-141.
7. Scherer, K.R., Walbott, H.G. (1994). Evidence for universality and cultural variation of differential emotion response patterning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, pp. 310-328.
8. Lazarus, R.S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York, Oxford University Press.
9. Rime, B., Mesquita, B., Philippot, B., Boca, S. (1991). Beyond the emotional event: Six studies of the social sharing of emotions. *Cognition and Emotion*, 5, pp. 435-465.
10. Fredrickson, B.L., Tugade, M.M., Waugh, C.E., Larkin, G.R. (2003). What good are positive emotions in crisis? A prospective study of resilience and emotions following the terrorist attacks on the United States on September 11th, 2001. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, pp. 365-376; Tugade, M.M., Fredrickson, B.L. (2004). Resilient individuals use positive emotions to bounce back from negative emotional experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, pp. 320-333.
11. Vezi Marston, P.J., Hecht, M.L. (1994). Love ways: An elaboration and application to relational maintenance. În D.J. Canary, L. Stafford (eds.), *Communication and relational maintenance* (pp. 187--202). Orlando, Academic.
12. Berscheid, E. (2002). Emotion. În H.H. Kelley, E. Berscheid, A. Christensen, J. Harvey, T.L. Huston, G. Levinger, E. McClintock, L.A. Peplau, D.R. Peterson (eds.), *Close relationships* (ed. a II-a, pp. 110-168). Clinton Corners, Percheron.
13. Sprecher, S., Regan, P.C. (1998). Passionate and companionate love in courting and young married couples. *Sociological Inquiry*, 68, pp. 163-185.
14. Vezi Hatfield, E., Traupmann, J., Sprecher, S. (1984). Older women's perceptions of their intimate relationships. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2, pp. 108-124.
15. Rubin, Z. (1970). Measurement of romantic love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16, pp. 265-273.
16. Vezi, de exemplu, Ray, G.B., Floyd, K. (2006). Nonverbal expressions of liking and disliking in initial interaction: Encoding and decoding perspectives. *Southern Communication Journal*, 71, pp. 45-65: Andersen, P.A., Guerrero, L.K. (1998). The bright side of relational communication: Interpersonal warmth as a social emotion. În P.A. Andersen, L.K. Guerrero (eds.), *Handbook of communication and emotion: Research, theory, applications, and contexts* (pp. 303-329). San Diego, Academic.
17. Cacioppo, J.T., Gardner, W.L., Berntson, G.G. (1999). The affect system has parallel and integrative processing components: Form follows function. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, pp. 839-855.
18. Haidt, J., Sabini, J. (2000). *What exactly makes revenge sweet?* Unpublished manuscript, University of Virginia.
19. Roseman, I.J., Wiest, C., Swartz, T.S. (1994). Phenomenology, behaviors, and goals differentiate discrete emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, pp. 206-221.
20. Player, M.S., King, D.E., Mainous, A.G., Greesey, M.E. (2007). Psychosocial factors and progression from prehypertension to hypertension or coronary heart disease. *Annals of Family Medicine*, 5, pp. 403-411; vezi și Kawachi, I., Sparrow, D., Spiro, A., Vokonas, P., Weiss, S.T. (1996). A prospective study of anger and coronary heart disease. *Circulation*, 94, pp. 2090-2095.
21. Eaker, E.D., Sullivan, L.M., Kelly-Hayes, M., D'Agostino, R.B., Benjamin, E.J. (2004). Anger and hostility predict the development of atrial fibrillation in men in the Framingham Offspring Study. *Circulation*, 109, pp. 1267-1271.

22. Bleil, M.E., McCaffery, J.M., Muldoon, M.F., Sutton-Tyrrell, K., Manuck, S.B. (2004). Anger-related personality traits and carotid artery atherosclerosis in untreated hypertensive men. *Psychosomatic Medicine*, 66, pp. 633-639 ; Raikkonen, K., Matthews, K.A., Sutton-Tyrell, K., Kuller, L.H. (2004). Trait anger and the metabolic syndrome predict progression of carotid atherosclerosis in healthy middle-aged women. *Psychosomatic Medicine*, 66, pp. 903-908.
23. Eng, P.M., Fitzmaurice, G., Kubzansky, L.D., Rimm, E.B., Kawachi, I. (2003). Anger expression and risk of stroke and coronary heart disease among male health professionals. *Psychosomatic Medicine*, 65, pp. 100-110.
24. Wilcox, S., King, A.C, Vitaliano, P.P., Brassington, G.S. (2000). Anger expression and natural killer cell activity in family caregivers participating in a physical activity trial. *Journal of Health Psychology*, 5, pp. 431-440.
25. Gouin, J.P., Kiecolt-Glaser, J.K., Malarkey, W.B., Glaser, R. (2008). The influence of anger expression on wound healing. *Brain, Behavior, and Immunity*, 22, pp. 699-708.
26. Gottman, J.M. (1994). *What predicts divorce ? The relationship between marital processes and marital outcomes*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
27. Izard, C.E. (1991). *The psychology of emotions*. New York, Plenum.
28. Gottman, 1994.
29. Rozin, P., Haidt, J., McCauley, C. (2000). Disgust. În M. Lewis, J. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (ed. a II-a, pp. 637-653). New York, Guilford.
30. Haidt, J. (2003). The moral emotions. În R.J. Davidson, K.R. Scherer, H.H. Goldsmith (eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). Oxford, Oxford University Press.
31. Haidt, J., Koller, S., Dias, M. (1993). Affect, culture, and morality, or is it wrong to eat your dog? *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, pp. 613-628.
32. Rozin, P., Haidt, J., McCauley, O, Dunlop, L., Ashmore, M. (1999). Individual differences in disgust sensitivity : Comparisons and evaluations of paper-and-pencil versus behavioral measures. *Journal of Research in Personality*, 33, pp. 330-351.
33. Rozin, P., Markwith, M., McCauley, C.R. (1994). The nature of aversion to indirect contacts with other persons : AIDS aversion as a composite of aversion to strangers, infection, moral taint, and misfortune. *Journal of Abnormal Psychology*, 103, pp. 495-504.
34. Nemeroff, C., Rozin, P. (1994). The contagion concept in adult thinking in the United States : Transmission of germs and of interpersonal influence. *Ethos*, 22, pp. 158-186.
35. Schützwohl, A. (2008). The intentional object of romantic jealousy. *Evolution and Human Behavior*, 29, pp. 92-99 ; vezi şi Guerrero, L.K., Andersen, P.A. (1998). The experience and expression of romantic jealousy. În P.A. Andersen, L.K. Guerrero (eds.), *Handbook of communication and emotion : Research, theory, applications, and contexts* (pp. 155-188). San Diego, Academic.
36. Parker, J.G., Low, C.M., Walker, A.R., Gamm, B.K. (2005). Children's friendship jealousy : Assessment of individual differences and links to sex, self-esteem, aggression, and social adjustment. *Developmental Psychology*, 41, pp. 235-250.
37. Parrott, W.G. (1991). The emotional experiences of envy and jealousy. În P. Salovey (ed.), *The psychology of jealousy and envy* (pp. 3-30). New York, Guilford.
38. Guerrero, L.K., Andersen, P.A. (1998). The dark side of jealousy and envy : Desire, delusion, desperation, and destructive communication. În B.H. Spitzberg, W.R. Cupach (eds.), *The dark side of close relationships* (pp. 33-70). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
39. Salovey, P., Rothman, A.J. (1991). Envy and jealousy : Self and society. În P. Salovey (ed.), *The psychology of jealousy and envy* (pp. 271-286). New York, Guilford.
40. Smith, R.H. (1991). Envy and the sense of injustice. În P. Salovey (ed.), *The psychology of jealousy and envy* (pp. 79-99). New York, Guilford.
41. Shaver, P.R., Schwartz, J., Kirson, D., O'Connor, C. (1987). Emotion knowledge : Further explorations of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, pp. 1061-1086.
42. Guerrero, L.K., Reiter, R.L. (1998). Expressing emotion : Sex differences in social skills and communicative responses to anger, sadness, and jealousy. În D.J. Canary, K. Dindia (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (pp. 321-350). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates ; Scherer, K.R. (1986). Vocal affect expression : A review and model for future research. *Psychological Bulletin*, 99, pp. 143-165.
43. American Psychiatric Association (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (ed. a IV-a). Washington, DC, Author.

44. Vezi, de exemplu, Klein, D.F., Wender. P.H. (1993). *Understanding depression : A complete guide to its diagnosis and treatment.* New York, Oxford University Press.
45. Melfi. C.A., Chawia, A.J.. Croghan, T.W., Hanna, M.P., Kennedy, S., Sredl, K. (1998). The effects of adherence to antidepressant treatment guidelines on relapse and recurrence of depression. *Archives of General Psychiatry*, 55, pp. 1128-1132.
46. Babyak, M.. Blumenthal, J.A., Herman, S., Khatri, P., Doraiswamy, M., Moore, K., Craighead, W.E., Baldewicz, T.T., Krishnan, K.R. (2000). Exercise treatment for major depression: Maintenance of therapeutic benefit at 10 months. *Psychosomatic Medicine*, 62, pp. 633-638.
47. Keepman, C.. Ismailji, T., Holmes, D., Classen, C.O., Palesh, O., Wales, T. (2005). The effects of expressive writing on pain, depression and posttraumatic stress disorder symptoms in survivors of intimate partner violence. *Journal of Health Psychology*, 10, pp. 211-221.
48. Vezi, de exemplu, Najib, A., Lorberbaum, J.P., Kose, S., Bohning, D.E., George, M.S. (2004). Regional brain activity in women grieving a romantic relationship breakup. *American Journal of Psychiatry*, 161, pp. 2245-2256.
49. Kübler-Ross, E. (1997). *On death and dying.* New York, Scribner.
50. Curtis, G.C., Magee, W.J., Eaton, W.W., Wittchen, H.U.. Kessler, R.C. (1998). Specific fears and phobias : Epidemiology and classification. *British Journal of Psychiatry*, 173, pp. 212-217.
51. LeDoux, J. (2003). The emotional brain, fear, and the amygdala. *Cellular and Molecular Neurobiology*, 23, pp. 727-738; vezi şi Adolphs, R., Tranel, D., Damasio, H., Damasio, A.R. (1995). Fear and the human amygdala. *Journal of Neuroscience*, 15, pp. 5879-5891.
52. Amunts, K., Kedo, O., Kindler, M., Pieperhoff, P., Mohlberg, H., Shah, N.J., Habel, U., Schneider, F., Zilles, K. (2005). Cytoarchitectonic mapping of the human amygdala, hippocampal region and entorhinal cortex: Intersubject variability and probability maps. *Anatomy and Embryology*, 210, pp. 343-352.
53. Adolphs, R., Gosselin, F., Buchanan, T., Tranel, D., Schyns, P., Damasio, A. (2005). A mechanism for implied fear recognition in amygdala damage. *Nature*, 433, pp. 68-72.
54. Davis, M. (1992). The role of the amygdala in fear and anxiety. *Annual Review of Neuroscience*, 15, pp. 353-375.
55. Leary, M.R., Kowalski, R.M. (1995). *Social anxiety.* New York, Oxford University Press.
56. Ruscio, A.M., Brown, T.A., Chiu, W.T., Sareen, J., Stein, M.B., Kessler, R.C. (2008). Social fears and social phobia in the USA: Results from the National Comorbidity Survey Replication. *Psychological Medicine*, 38, pp. 15-28; vezi şi Belzer, K.D., McKee, M.B., Liebowitz, M.R. (2005). Social anxiety disorder: Current perspectives on diagnosis and treatment. *Primary Psychiatry*, 12, pp. 40-53.
57. Hubert, W., Möller, M., de Jong-Meyer, R. (1993). Film-induced amusement changes in saliva Cortisol levels. *Psychoneuro-endocrinology*, 18, pp. 265-272; Kirschbaum, O., Hellhammer, D.H. (1994). Salivary Cortisol in psychoneuroendocrine research: Recent developments and applications. *Psychoneuroendocrinology*, 19, pp. 313-333.
58. Albert, F. (1953). The physiological differentiation between fear and anger in humans. *Psychosomatic Medicine*, 15, pp. 433-442.
59. Valins, S. (1966). Cognitive effects of false heart-rate feedback. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, pp. 400-408.
60. Lazarus, R.S. (1991). *Emotion and adaptation.* New York, Oxford University Press.
61. Frijda, N.H. (1993). Moods, emotion episodes, and emotions. În M. Lewis, J.M. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (ed. a II-a, pp. 381-403). New York, Guilford.
62. Haidt, J. (2003). The moral emotions. În R.J. Davidson, K.R. Scherer, H.H. Goldsmith (eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). Oxford, Oxford University Press.
63. Robbins, B.D. (mai 2003). *Joy, awe, gratitude and compassion: Common ground in a will-to-openness.* Lucrare prezentată la conferinţa Works of Love: Scientific and Religious Perspectives on Altruism, Philadelphia.
64. Goddard, C. (2002). Explicating emotions across languages and cultures: A semantic approach. În S.R. Fussell (ed.), *The verbal communication of emotions* (pp. 19-53). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
65. Woody, S.R., Teachman, B.A. (2000). Intersection of disgust and fear: Normative and pathological views. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 7, pp. 291-311; vezi şi Schwabe, C.W. (1988). *Unmentionable cuisine.* Charlottesville, University of Virginia Press.

66. Bhaskarananda. S. (2002). *The essentials of Hinduism : A comprehensive overview of the world's oldest religion* (ed. a II-a). Seattle, Viveka.
67. Elison, J., Pulos. S., Randy, L. (2006). Shame-focused coping : An empirical study of the compass of shame. *Social Behavior and Personality*, 34, pp. 161-168 ; Elster, J. (1996). Rationality and the emotions. *The Economic Journal*, 106, pp. 1386-1397.
68. Young, J. (2002). Morals, suicide, and psychiatry : A view from Japan. *Bioethics*. 16, pp. 412-424.
69. Grewen, K.M., Girdler, S.S., Amico, J., Light, K.C. (2005). Effects of partner support on resting oxytocin, cortisol, norepinephrine, and blood pressure before and after warm partner contact. *Psychosomatic Medicine*, 67, pp. 531-538.
70. Solomon, G.F., Benton, D. (2000). Immune functions, their physiological correlates, and health. În S.B. Manuck, R. Jennings, B.S. Rabin, A. Baum (eds.), *Behavior, health, and aging* (pp. 109-117). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
71. Sugimoto, F., Yazu, K., Murakami, M., Yoneyama, M. (2004). A method to classify emotional expressions of text and synthesize speech. *Control, Communications, and Signal Processing, 2004*, pp. 611-614.
72. Rainville, P., Bechara, A., Naqvi, N., Damasio, A.R. (2006). Basic emotions are associated with distinct patterns of cardiorespiratory activity. *International Journal of Psychophysiology*, 61, pp. 5-18 ; vezi şi Damasio, A. (2003). Feelings of emotion and the self. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1001, pp. 253-261.
73. Ekman, P. (1972). Universals and cultural differences in facial expressions of emotion. În J.R. Cole (ed.), *Nebraska symposium on motivation, Vol. 19* (pp. 207-283). Lincoln, University of Nebraska Press.
74. Pentru o analiză a acestei lucrări, vezi Matsumoto, D. (2006). Culture and nonverbal behavior. În V. Manusov, M.L. Patterson (eds.), *The Sage handbook of nonverbal communication* (pp. 219-235). Thousand Oaks, Sage.
75. Scherer, K.R. (1997). Profiles of emotion-antecedent appraisal : Testing theoretical predictions across cultures. *Cognition and Emotion*, 11, pp. 113-150.
76. Adolphs, R., Tranel, D. (2004). Impaired judgments of sadness but not happiness following bilateral amygdala damage. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 16, pp. 453-462 ; Kipps, C.M., Duggins, A.J., McCusker, E.A., Calder, A.J. (2007). Disgust and happiness recognition correlate with anteroventral insula and amygdala volume respectively in preclinical Huntington's disease. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 19, pp. 1206-1217 ; Stein, M.B., Goldin, P.R., Sareen, J., Zorrilla, L.T., Brown, G.G. (2002). Increased amygdala activation to angry and contemptuous faces in generalized social phobia. *Archives of General Psychiatry*, 59, pp. 1027-1034.
77. Shweder, R.A. (1993). The cultural psychology of the emotions. În M. Lewis, J.M. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (pp. 417-431). New York, Guilford.
78. Guerrero, L.K., Andersen, P.A. (1998). Jealousy experience and expression in romantic relationships. În P.A. Andersen, L.K. Guerrero (eds.), *Handbook of communication and emotion : Research, theory, applications, and contexts* (pp. 155-188). San Diego, Academic.
79. Plutchik, R. (1993). Emotions and their vicissitudes : Emotions and psychopathology. În M. Lewis, J.M. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (pp. 53-66). New York, Guilford.
80. Hakim-Larson, J., Parker, A., Lee, C., Goodwin, J., Voelker, S. (2006). Measuring parental meta-emotion : Psychometric properties of the emotion-related parenting styles self-test. *Early Education and Development*, 17, pp. 229-251.
81. Gottman, J.M. (1997). *Meta-emotion : How families communicate emotionally*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
82. Gottman, J.M., Katz, L.F., Hooven, C. (1996). Parental meta-emotion philosophy and the emotional life of families : Theoretical models and preliminary data. *Journal of Family Psychology*, 10, pp. 243-268.
83. Gallois, C. (1993). The language and communication of emotion : Universal, interpersonal, or intergroup? *American Behavioral Scientist*, 36, pp. 309-338.
84. Triandis, H.C. (1994). *Culture and social behavior*. New York, McGraw-Hill.
85. Tsai, J.L., Levenson, R.W. (1997). Cultural influences of emotional responding : Chinese American and European American dating couples during interpersonal conflict. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 28, pp. 600-625.

86. Soto, J.A., Levenson, R.W., Ebling, R. (2005). Cultures of moderation and expression : Emotional experience, behavior, and physiology in Chinese Americans and Mexican Americans. *Emotion*, 5, pp. 154-165.
87. Montesquieu, C. de S. (1989). *The spirit of the laws*. Cambridge, Cambridge University Press. (Lucrarea originală a fost publicată în 1748.)
88. Pennebaker, J.W., Rimé, B., Blankenship, V.E. (1996). Stereotypes of emotional expressiveness of northerners and southerners : A cross-cultural test of Montesquieu's hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, pp. 372-380.
89. Andersen, J.E., Andersen, P.A., Lustig, M.W. (1987). Opposite-sex touch avoidance : A national replication and extension. *Journal of Nonverbal Behavior*, 2, pp. 89-109.
90. Hoge, C.W., Castro, C.A., Messer, S.C., McGurk, D., Cotting, D.I., Koffman, R.L. (2004). Combat duty in Iraq and Afghanistan, mental health problems, and barriers to care. *New England Journal of Medicine*, 351, pp. 13-22.
91. Ekman, P., Friesen, W.V. (1975). *Unmasking the face : A guide to recognizing emotions from facial clues*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
92. Stelmaszewska, H., Fields, B., Blandford, A. (septembrie 2005). *Emotion and technology : An empirical study*. Lucrare prezentată la Workshop on the Role of Emotion in Human-Computer Interaction, Edinburgh, Scoţia.
93. *Ibid.*
94. Hatfield, E., Cacioppo, J.T., Rapson, R.L. (1994). *Emotional contagion*. New York, Cambridge University Press.
95. Sy, T., Côté, S., Saavedra, R. (2005). The contagious leader : Impact of the leader's mood on the mood of group members, group affective tone, and group processes. *Journal of Applied Psychology*, 90, pp. 295-305.
96. Barsade, S.G. (octombrie 2000). *The ripple effect : Emotional contagion in groups*. Yale School of Management Working Paper No. OB-01. Disponibil pe Social Science Research Network : http://ssrn.com/abstract=250894
97. Fisher, A.H., Rodriguez Mosquera, P.M., van Vianen, A.E.M., Manstead, A.E.R. (2004). Gender and culture differences in emotion. *Emotion*, 4, pp. 87-94.
98. Vezi, de exemplu, Guerrero, L.K., Jones, S.M., Boburka, R.R. (2006). Sex differences in emotional communication. În K. Dindia, D.J. Canary (eds.), *Sex differences and similarities in communication* (ed. a II-a, pp. 241-261). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
99. Burgoon, J.K., Bacue, A.E. (2003). Nonverbal communication skills. În J.O. Greene, B.R. Burleson (eds.), *Handbook of communication and social interaction skills* (pp. 179-219). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates ; Coats, E.J., Feldman, R.S. (1996). Gender differences in nonverbal correlates of social status. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, pp. 1014-1022.
100. Floyd, K. (2006). *Communicating affection : Interpersonal behavior and social context*. Cambridge, Cambridge University Press ; Owen, W.F. (1987). The verbal expression of love by women and men as a critical communication event in personal relationships. *Women's Studies in Communication*, 10, pp. 15-24.
101. Blier, M.J., Blier-Wilson, L.A. (1989). Gender differences in sex-rated emotional expressiveness. *Sex Roles*, 21, pp. 287-295 ; Nolen-Hoeksema, S. (1987). Sex differences in unipolar depression : Evidence and theory. *Psychological Bulletin*, 101, pp. 259-282.
102. Coats, E.J., Feldman, R.S. (1996). Gender differences in nonverbal correlates of social status. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, pp. 1014-1022.
103. Burrowes, B.D., Halberstadt, A.G. (1987). Self- and family-expressiveness styles in the experience and expression of anger. *Journal of Nonverbal Behavior*, 11, pp. 254-268.
104. Buss, D.M., Larsen, R.J., Westen, D. (1996). Sex differences in jealousy : Not gone, not forgotten, and not easily explained by alternative hypotheses. *Psychological Science*, 7, pp. 373-375 ; Buss, D.M., Larsen, R.J., Westen, D., Semmelroth, J. (1992). Sex differences in jealousy : Evolution, physiology, and psychology. *Psychological Science*, 3, pp. 251-255 ; Mathes, E.W. (2003). Are sex differences in sexual vs. emotional jealousy explained better by differences in sexual strategies or uncertainty of paternity ? *Psychological Reports*, 93, pp. 895-906 ; Mathes, E.W. (2005). Men's desire for children carrying their genes and sexual jealousy : A test of paternity uncertainty as an explanation of male sexual jealousy. *Psychological Reports*, 96, pp. 791-798.

105. Fernandez, A.M., Vera-Villarroel, P., Sierra, J.O., Zubeidat, I. (2007). Distress in response to emotional and sexual infidelity: Evidence of evolved gender differences in Spanish students. *Journal of Psychology*, 141, pp. 17-24; vezi şi Buss, D.M., Shackelford, T.K., Kirkpatrick, L.E., Choe, J.O., Hang, K.L., Hawegawa, M., Hawegawa, T., Bennett, K. (1999). Jealousy and the nature of beliefs about infidelity: Tests of competing hypotheses about sex differences in the United States, Korea, and Japan. *Personal Relationships*, 6, pp. 125-150.
106. Takahashi, H., Matsuura, M., Yahata, N., Koeda, M., Suhara, T., Okubo, Y. (2006). Men and women show distinct brain activations during imagery of sexual and emotional infidelity. *Neuroimage*, 32, pp. 1299-1307.
107. Buss, D.M. (1988). From vigilance to violence: Tactics of mate retention in American undergraduates. *Ethology and Sociobiology*, 9, pp. 291-317.
108. White, G.L., Mullen, P.E. (1989). *Jealousy: Theory, research, and clinical strategies.* New York, Guilford.
109. DeSteno, D., Bartlett, M.Y., Braverman, J., Saiovey, P. (2002). Sex differences in jealousy: Evolutionary mechanism or artifact of measurement? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, pp. 513-518; Harris, C.R. (2003). A review of sex differences in sexual jealousy, including self-report data, psychophysiological responses, interpersonal violence, and morbid jealousy. *Personality and Social Psychology Review*, 7, pp. 102-128.
110. Green, M.C., Sabini, J. (2006). Gender, socioeconomic status, age, and jealousy: Emotional responses to infidelity in a national sample. *Emotion*, 6, pp. 330-334.
111. Berman, M.I., Frazier, P.A. (2005). Relationship power and betrayal experience as predictors of reactions to infidelity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, pp. 1617-1627; Harris, C.R. (2002). Sexual and romantic jealousy in heterosexual and homosexual adults. *Psychological Science*, 13, pp. 7-12.
112. Sagarin, B.J. (2005). Reconsidering evolved sex differences in jealousy: Comment on Harris (2003). *Personality and Social Psychology Review*, 9, pp. 62-75.
113. Kring, A.M., Gordon, A.H. (1998). Sex differences in emotion: Expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 686-703.
114. Floyd, K., Morman, M.T. (2000). Reacting to the verbal expression of affection in same-sex interaction. *Southern Communication Journal*, 65, pp. 287-299.
115. Oliver, S.J., Toner, B.B. (1990). The influence of gender role typing on the expression of depressive symptoms. *Sex Roles*, 22, pp. 775-790.
116. Pervin, L.A. (1993). Affect and personality. În M. Lewis, J.M. Haviland (eds.), *Handbook of emotions* (ed. a II-a, pp. 301-311). New York, Guilford.
117. Lopes, P.N., Saiovey, P., Cote, S., Beers, M. (2005). Emotion regulation abilities and the quality of social interaction. *Emotion*, 5, pp. 113-118.
118. Jensen-Campbell, L.A., Graziano, W.G. (2001). Agreeableness as a moderator of interpersonal conflict. *Journal of Personality*, 69, pp. 323-361.
119. Larsen, R.J., Ketelaar, T. (1991). Personality and susceptibility to positive and negative emotional states. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, pp. 132-140.
120. Myers, D. (1992). *The pursuit of happiness.* New York, Avon.
121. Larsen, Ketelaar, 1991.
122. Matthews, G., Deary, I.J. (1998). *Personality traits.* Cambridge, Cambridge University Press.
123. Lopes *et al.*, 2005.
124. Brackett, M.A., Mayer, J.D., Warner, R.M. (2004). Emotional intelligence and its relation to everyday behavior. *Personality and Individual Differences*, 36, pp. 1387-1402. Citatul este de la p. 1389.
125. Mayer, J.D., Roberts, R.D., Barsade, S.G. (2008). Human abilities: Emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*, 59, pp. 507-536.
126. Mayer, J.D., Caruso, D.R., Saiovey, P. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, 27, pp. 267-298; Rice, C.L. (1999). *A quantitative study of emotional intelligence and its impact on team performance.* Lucrare de dizertaţie nepublicată, Pepperdine University, Malibu, CA.
127. Brackett *et al.*, 2004.
128. Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence.* New York, Bantam; Seligman, M.E.P. (1990). *Learned optimism.* New York, Knopf.

129. Spencer, L.M.J., McClelland, D.C., Kelner, S. (1997). *Competency assessment methods : History and state of the art.* Boston, Hay/McBer.
130. Boyatzis, R. (1982). *The competent manager : A model for effective performance.* New York, Wiley.
131. McClelland, D.C. (1999). Identifying competencies with behavioral-event interviews. *Psychological Science*, 9, pp. 331-339.
132. Pesuric, A., Byham, W. (iulie 1996). The new look in behavior modeling. *Training and Development*, pp. 25-33.
133. Parker, J.D.A., Taylor, G.J., Bagby, R.M. (2001). The relationship between emotional intelligence and alexithymia. *Personality and Individual Differences*, 30, pp. 107-115.
134. Taylor, G.J., Bagby, R.M., Parker, J.D.A. (1997). *Disorders of affect regulation : Alexithymia in medical and psychiatric illness.* Cambridge, Cambridge University Press ; vezi şi Fukunishi, I., Berger, D., Wogan, J., Kuboki, T. (1999). Alexithymic traits as predictors of difficulties with adjustment in an outpatient cohort of expatriates in Tokyo. *Psychological Reports*, 85, pp. 67-77 ; Salminen, J.K., Saarijärvi, S., Äärelä, E., Toikka, T., Kauhanen, J. (1999). Prevalence of alexithymia and its association with sociodemographic variables in the general population of Finland. *Journal of Psychosomatic Research*, 46, pp. 75-82.
135. Luminet, O., Rimé, B., Bagby, R.M., Taylor, G.J. (2004). A multimodel investigation of emotional responding in alexithymia. *Cognition and Emotion*, 18, pp. 741-766.
136. Vanheule, S., Desmet, M., Meganck, R., Bogaerts, S. (2007). Alexithymia and interpersonal problems. *Journal of Clinical Psychology*, 63, pp. 109-117.
137. Yelsma, P., Marrow, S. (2003). An examination of couples' difficulties with emotional expressiveness and their marital satisfaction. *Journal of Family Communication*, 3, pp. 41-62.
138. Mayne, T.J. (1999). Negative affect and health : The importance of being earnest. *Cognition and Emotion*, 13, pp. 601-635.
139. Siegman, A.W., Snow, S.C. (1997). The outward expression of anger, the inward experience of anger and CVR : The role of vocal expression. *Behavioral Medicine*, 1, pp. 29-45.
140. Grewal, D., Salovey, P. (2005). Feeling smart : The science of emotional intelligence. *American Scientist*, 93, pp. 330-339.
141. Barrett, L.F., Gross, J., Christensen T., Benvenuto, M. (2001). Knowing what you're feeling and knowing what to do about it : Mapping the relation between emotion differentiation and emotion regulation. *Cognition and Emotion*, 15, pp. 713-724.
142. Jackson, D.C., Malmstadt, J.R., Larson, C.L., Davidson, R.J. (2000). Suppression and enhancement of emotional responses to unpleasant pictures. *Psychophysiology*, 37, pp. 515-522.
143. John, O.P., Gross, J.J. (2004). Healthy and unhealthy emotion regulation : Personality processes, individual differences, and lifespan development. *Journal of Personality*, 72, pp. 1301-1334.
144. Bippus, A.M., Young, S.L. (2005). Owning your emotions : Reactions to expressions of self- versus other-attributed positive and negative emotions. *Journal of Applied Communication Research*, 33, pp. 26-45.

Capitolul 9

1. Parks, M.R. (2007). *Personal relationships and personal networks.* Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates. Citatul este de la p. 1.
2. Vezi Fiske, A.P. (1992). The four elementary forms of sociality : Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99, pp. 689-723.
3. Baumeister, R.F., Leary, M.R. (1995). The need to belong : Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, pp. 497-529.
4. Vezi Bonta, J., Gendreau, P. (1995). Re-examining the cruel and unusual punishment of prison life. În T.J. Flanagan (ed.), *Long-term imprisonment : Policy, science, and correctional practice* (pp. 75-84). Thousand Oaks, Sage.
5. Schumm, W.R., Bell, D.B., Knott, B., Rice, R.E. (1996). The perceived effect of stressors on marital satisfaction among civilian wives of enlisted soldiers deployed to Somalia for Operation Restore Hope. *Military Medicine*, 161, pp. 601-606.
6. Dykstra, P.A., van Tilburg, T.G., De Jong-Gierveld, J. (2005). Changes in older adult loneliness : Results from a seven-year longitudinal study. *Research on Aging*, 27, pp. 725-747 ; Sorkin, D.,

Rook, K.S., Lu, J.L. (2002). Loneliness, lack of emotional support, lack of companionship, and the likelihood of having a heart condition in an elderly sample. *Annals of Behavioral Medicine*, 24, pp. 290-298; Tijhuis, M.A., De Jong-Gierveld, J., Feskins, E.J., Kromhout, D. (1999). Changes in and factors related to loneliness in older men: The Zutphen Elderly Study. *Age and Ageing*, 28, pp. 491-495.

7. Parks, M.R., Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, 46, pp. 80-97.
8. Vezi, de exemplu, Halsen, M., Wollebergh, W., Meeus, W. (2000). Social support from parents and friends and emotional problems in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 29, pp. 319-335.
9. Rawlins, W.K. (1992). *Friendship matters: Communication, dialectics, and the life course*. New York, Aldine de Gruyter.
10. Ruberman, W., Weinblatt, E., Goldberg, J.D., Chaudhary, B.S. (1984). Psychosocial influences on mortality after myocardial infarction. *New England Journal of Medicine*, 311, pp. 552-559.
11. House, J.S., Landis, K.R., Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*, 241, pp. 540-545.
12. Vezi, de exemplu, Schnurr, P.P., Green, B.L. (eds.). (2004). *Trauma and health: Physical health consequences of exposure to extreme stress*. Washington, DC, American Psychological Association.
13. Jackson, P.B. (1992). Specifying the buffering hypothesis: Support, strain, and depression. *Social Psychology Quarterly*, 55, pp. 363-378.
14. Cohen, S., Wills, T.A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98, pp. 310-357; Landerman, R., George, L.K., Campbell, R.T., Blazer, D.G. (1989). Alternative models of the stress buffering hypothesis. *American Journal of Community Psychology*, 17, pp. 625-642.
15. Sallis, J.F., Grossman, R.M., Pinski, R.B., Patterson, T.L., Nader, P.R. (1987). The development of scales to measure social support for diet and exercise behaviors. *Preventive Medicine*, 16, pp. 825-836.
16. Berkanovic, E., Telesky, C. (1982). Social networks, beliefs, and the decision to seek medical care: An analysis of congruent and incongruent patterns. *Medical Care*, 20, pp. 1018-1026.
17. Brassington, G.S., Atienza, A.A., Perczek, R.E., DiLorenzo, T.M., King, A.C. (2002). Intervention--related cognitive versus social mediators of exercise adherence in the elderly. *American Journal of Preventive Medicine*, 23, pp. 80-86; Duncan, T.E., McAuley, E. (1993). Social support and efficacy cognitions in exercise adherence: A latent growth curve analysis. *Journal of Behavioral Medicine*, 16, pp. 199-218.
18. Gallant, M.P. (2003). The influence of social support on chronic illness self-management: A review and directions for research. *Health Education & Behavior*, 30, pp. 170-195.
19. McCroskey, J.C., McCain, T.A. (1974). The measurement of interpersonal attraction. *Speech Monographs*, 41, pp. 261-266.
20. Adams, G.R., Roopnarine, J.L. (1994). Physical attractiveness, social skills, and same-sex peer popularity. *Journal of Group Psychotherapy, Psychodrama and Sociometry*, 47, pp. 15-35; Speed, A., Gangestad, S.W. (1997). Romantic popularity and mate preferences: A peer-nomination study. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, pp. 928-936.
21. Hume, D.K., Montgomerie, R. (2001). Facial attractiveness signals different aspects of "quality" in women and men. *Evolution and Human Behavior*, 22, pp. 93-112; Barber, N. (1995). The evolutionary psychology of physical attractiveness: Sexual selection and human morphology. *Ethology and Sociobiology*, 16, pp. 395-424.
22. Mehrabian, A., Blum, J.S. (2003). Physical appearance, attractiveness, and the mediating role of emotions. În N.J. Pallone (ed.), *Love, romance, sexual interaction: Research perspectives from current psychology* (pp. 1-29). New Brunswick, Transaction; Dion, K.K., Berscheid, E., Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, pp. 285-290.
23. Pentru o discuţie extinsă, vezi Guerrero, L.K., Floyd, K. (2006). *Nonverbal communication in close relationships*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
24. Dutilleux, J.P. (1994). *L'indien blanc: Vingt ans de sortilege amazonien*. Paris, R. Laffont.
25. Thesander, M. (1997). *The feminine ideal*. Londra, Reaktion.
26. Singh, D., Luis, S. (1995). Ethnic and gender consensus for the effect of waist-to-hip ratio on judgments of women's attractiveness. *Human Nature*, 6, pp. 51-65; Singh, D., Young, R.K. (1995). Body weight, waist-to-hip ratio, breasts, and hips: Role in judgments of female attractiveness and desirability for relationships. *Ethology and Sociobiology*, 16, pp. 483-507.

27. Singh, D. (1995). Female judgment of male attractiveness and desirability for relationships: Role of waist-to-hip ratio and financial status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, pp. 1089-1101.
28. Workman, L., Reader, W. (2004). *Evolutionary psychology : An introduction.* Cambridge, Cambridge University Press.
29. Parks, M.R., Roberts, L.D. (1998). "Making MOOsic" : The development of personal relationships online and a comparison to their offline counterparts. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, pp. 517-537 ; Parks, M.R., Floyd, K. (1996). Making friends in *cyberspace. Journal of Communication*, 46, pp. 80-97.
30. Urberg, K.A., Değirmencioğlu, S.M., Tolson, J.M. (1998). Adolescent friendship selection and termination : The role of similarity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, pp. 703-710.
31. Vezi Byrne, D. (1997). An overview (and underview) of research and theory within the attraction paradigm. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14, pp. 417-431.
32. Hamilton, W.D. (1964). The genetical evolution of social behavior. I & II. *Journal of Theological Biology*, 7, pp. 1-52.
33. Daly, M., Wilson, M. (1995). Discriminative parental solicitude and the relevance of evolutionary models to the analysis of motivational systems. În M.S. Gazzaniga (ed.), *The cognitive neurosciences* (pp. 1269-1286). Cambridge, MIT Press.
34. Vezi Floyd, K., Morman, M.T. (2001). Human affection exchange : III. Discriminative parental solicitude in men's affectionate communication with their biological and nonbiological sons. *Communication Quarterly*, 49, pp. 310-327.
35. Nowicki, S., Manheim, S. (1991). Interpersonal complementarity and time of interaction in female relationships. *Journal of Research in Personality*, 25, pp. 322-333.
36. Berger, C.R., Caiabrese, R.J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond : Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1, pp. 99-112.
37. Sunnafrank, M. (1986). Predicted outcome value during initial interactions : A reformulation of uncertainty reduction theory. *Human Communication Research*, 13, pp. 3-33 ; Sunnafrank, M. (1986). Predicted outcome values : Just now and then? *Human Communication Research*, 13, pp. 39-40.
38. Sunnafrank, M. (1988). Predicted outcome value in initial conversations. *Communication Research Reports*, 5, pp. 169-172.
39. Sunnafrank, M. (1990). Predicted outcome value and uncertainty reduction theories : A test of competing perspectives. *Human Communication Research*, 17, pp. 76-103.
40. Gergen, K.J., Greenbert, M.S., Willis, R.H. (1980). *Social exchange : Advances in theory and research.* New York, Plenum ; Thibaut, J.W., Kelley, H.H. (1959). *The social psychology of groups.* New York, Wiley.
41. Vezi, de exemplu, Lloyd, S.A., Cate, R.M., Henton, J.M. (1984). Predicting premarital relationship stability : A methodological refinement. *Journal of Marriage and the Family*, 46, pp. 71-76.
42. Messick, R.M., Cook, K.S. (eds.) (1983). *Equity theory : Psychological and sociological perspectives.* New York, Praeger.
43. Stafford, L., Canary, D.J. (1991). Maintenance strategies and romantic relationship type, gender, and relational characteristics. *Journal of Social and Personal Relationships*, 8, pp. 217-242.
44. Canary, D.J., Stafford, L. (1992). Relational maintenance strategies and equity in marriage. *Communication Monographs*, 59, pp. 243-268.
45. Vezi Hecht, M.L., Shepard, T., Hall, T.J. (1979). Multivariate indices of the effects of self-disclosure. *Western Journal of Speech Communication*, 43, pp. 235-245.
46. Argyle, M., Henderson, M. (1984). The rules of friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1, pp. 211-237.
47. Milardo, R.M. (1986). Personal choice and social constraint in close relationships : Application of network analysis. În V.J. Derlega, B.A. Winstead (eds.), *Friendship and social interaction* (pp. 145-166). New York, Springer-Verlag.
48. Coltrane, S. (1996). *Family man.* New York, Oxford University Press.
49. Floyd, K., Morman, M.T. (1997). Affectionate communication in nonromantic relationships : Influences of communicator, relational, and contextual factors. *Western Journal of Communication*, 61, pp. 279-298.

50. Wright, P.H. (1984). Self-referent motivation and the intrinsic quality of friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1, pp. 115-130.
51. Vezi Shimanoff, S.B. (1980). *Communication rules : Theory and research.* Beverly Hills, Sage.
52. Argyle, Henderson, 1984.
53. Parks, M.R., Floyd, K. (1996). Meanings for closeness and intimacy in friendship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, pp. 517-537.
54. Floyd, K. (1995). Gender and closeness among friends and siblings. *Journal of Psychology*, 129, pp. 193-202 ; vezi şi Morman, M.T., Floyd, K. (1998). "I love you, man" : Overt expressions of affection in male-male interaction. *Sex Roles*. 38, pp. 871-881.
55. Sapadin, L.A. (1988). Friendship and gender : Perspectives of professional men and women. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, pp. 387-403.
56. Rawlins, W.K. (1992). *Friendship matters : Communication, dialectics, and the life course.* New York, Aldine de Gruyter.
57. Kaplan, D.L., Keys, C.B. (1997). Sex and relationship variables as predictors of sexual attraction in cross-sex platonic friendships between young heterosexual adults. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14, pp. 191-206 ; Sapadin, L.A. (1988). Friendships and gender perspectives of professional men and women. *Journal oj Social and Personal Relationships*, 5, pp. 387-403.
58. Egland, K.I., Spitzberg, B.G., Zormeier, M.M. (1996). Flirtation and conversational competence in cross-sex platonic and romantic relationships. *Communication Reports*, 9, pp. 105-118.
59. Fuiman, M., Yarab, P., Sensibaugh, C. (iulie 1997). *Just friends ? An examination of the sexual, physical, and romantic aspects of cross-gender friendships.* Lucrare prezentată la întîlnirea bianuală a International Network on Personal Relationships, Oxford, Ohio.
60. Ann, W.A., Faulkner, S.L. (2000). On being "just friends" : The frequency and impact of sexual activity in cross-sex friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 205-222.
61. Werking, K.J. (1997). *We're just good friends : Women and men in nonromantic relationships.* New York, Guilford.
62. Messman, S.J., Canary, D.J., Hause, K.S. (2000). Motives to remain platonic, equity, and the use of maintenance strategies in opposite-sex friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 67-94.
63. Rose, S.M. (1985). Same- and cross-sex friendships and the psychology of homosociality. *Sex Roles*, 12, pp. 63-74.
64. Rawlins, W.K. (1981). Friendship as a communicative achievement : A theory and an interpretive analysis of verbal reports. Teză de doctorat nepublicată, Temple University, Philadelphia.
65. Rose, S.M. (1984). How friendships end : Patterns among young adults. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1, pp. 267-277.
66. Vezi Bleske-Rechek, A.L., Buss, D.M. (2001). Opposite-sex friendship : Sex differences and similarities in initiation, selection, and dissolution. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, pp. 1310-1323.
67. Rose, 1984.
68. Vezi Feld, S.L. (1997). Structural embeddedness and the stability of interpersonal relations. *Social Networks*, 19, pp. 91-95.
69. Sias, P.M., Krone, K.J., Jablin, F.M. (2002). An ecological systems perspective on workplace relationships. În M.L. Knapp, J.A. Daly (eds.), *Handbook of interpersonal communication* (ed. a III-a, pp. 615-642). Thousand Oaks, Sage.
70. Sias, P.M., Cahill, D.J. (1998). From co-worker to friends : The development of peer friendships in the workplace. *Western Journal of Communication*, 62, pp. 273-300.
71. Marks, S.R. (1994). Intimacy in the public realm : The case of coworkers. *Social Forces*, 72, pp. 843-858.
72. Winstead, B.A., Derlega, V.J., Montgomery, M.J., Pilkington, C. (1995). The quality of friendships at work and job satisfaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, 12, pp. 199-215.
73. Zorn, T.E. (1995). Bosses and buddies : Constructing and performing simultaneously hierarchical and close friendship relationships. În J.T. Wood, S. Duck (eds.), *Under-studied relationships : Off the beaten track* (pp. 122-147). Thousand Oaks, Sage.
74. Largent, R.N. (1987). The relationship of friendship with a supervisor to job satisfaction and satisfaction with the supervisor. Lucrare de dizertaţie nepublicată, University of North Dakota, Grand Forks.

75. Vezi Fiedler, F.E. (1957). A note on leadership theory : The effect of social barriers between leaders and followers. *Sociometry*, 20, pp. 87-94.
76. Zorn, 1995.
77. Adelman, M.B., Ahuvia, A., Goodwin, C. (1994). Beyond smiling. În R.T. Rust, R.L. Oliver (eds.), *Service quality : New directions in theory and practice* (pp. 139-171). Thousand Oaks, Sage ; Locke, K. (1996). A funny thing happened ! The management of consumer emotions in service encounters. *Organizational Science*, 7, pp. 40-59.
78. Gwinner, K.P., Gremler, D.D., Bitner, M.J. (1998). Relational benefits in service industries : The customer's perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26, pp. 101-114.
79. American College of Physicians. Ethics manual. Accesat la 2 ianuarie 2011, pe http : //www.acponline.org/running_practice/ethics/.

Capitolul 10

1. Hecht, M.L., Marston, P.J., Larkey, L.K. (1994). Love ways and relationship quality in heterosexual relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 11, pp. 25-44.
2. Baxter, L.A., Montgomery, B.M. (1996). *Relating : Dialogues and dialectics*. New York, Guilford.
3. Peterson, G.W., Bush. K.R. (1999). Predicting adolescent autonomy from parents : Relationship connectedness and restrictiveness. *Sociological Inquiry*, 69, pp. 431-457.
4. U.S. Census Bureau. (2011). Decennial census data on marriage and divorce. Accesat la 2 ianuarie 2011, pe http : //www.census.gov/hhes/socdemo/marriage/data/census/index.html.
5. Kaplan, R.M., Kronick, R.G. (2006). Marital status and longevity in the United States population. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60, pp. 760-765 ; Manzoli, M., Villarti, P., Pirone, G.M., Boccia, A. (2007). Marital status and mortality in the elderly : A systematic review and meta-analysis. *Social Science & Medicine*, 64, pp. 77-94.
6. Macintyre, S. (1992). The effects of family position and status on health. *Social Science & Medicine*, 35, pp. 453-464.
7. Duncan, G., Wilkerson, B., England, P. (2006). Cleaning up their act : The effects of marriage and cohabitation on licit and illicit drug use. *Demography*, 43, pp. 691-710.
8. Bachman, J.G., Wadsworth, K.N., O'Malley, P.M., Johnston, L.D., Schulenberg, J.E. (1997). *Smoking, drinking, and drug use in young adulthood : The impacts of new freedoms and new responsibilities*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
9. Kim, H.K., McKenry, P. (2002). The relationship between marriage and psychological well-being. *Journal of Family Issues*, 23, pp. 885-911 ; Lamb, K.A., Lee, G.R., DeMaris, A. (2003). Union formation and depression : Selection and relationship effects. *Journal of Marriage and Family*, 65, pp. 953-962.
10. Vezi Kiecolt-Glaser, J.K., Newton, T.L. (2001). Marriage and health : His and hers. *Psychological Bulletin*, 127, pp. 472-503.
11. Waldron, L., Hughes, M.E., Brooks, T.L. (1996). Marriage protection and marriage selection – Prospective evidence for reciprocal effects of marital status and health. *Social Science & Medicine*, 43, pp. 113-123.
12. Bringle, R.G., Buunk, B.P. (1991). Extradyadic relationships and sexual jealousy. În K. McKinney, S. Sprecher (eds.), *Sexuality in close relationships* (pp. 135-153). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
13. Mazur, R.M. (2000). *The new intimacy : Open-ended marriage and alternative lifestyles*. Boston, iUniverse.com Inc.
14. Rust, P.C. (2003). Monogamy and polyamory : Relationship issues for bisexuals. În L. Garnets, D. Kimmel (eds.), *Psychological perspectives on lesbian, gay, and bisexual experiences* (pp. 475-495). New York, Columbia University Press.
15. Bettinger, M. (2004). Polyamory and gay men : A family systems approach. *Journal of GLBT Family Studies*, 1, pp. 97-116 ; Blasband, D., Peplau, L.A. (1985). Sexual exclusivity versus openness in gay male couples. *Archives of Sexual Behavior*, 14, pp. 395-412.
16. Munson, M., Stelbourn, J.P. (eds.). (1999). *The lesbian polyamory reader : Open relationships, non-monogamy, and casual sex*. Binghamton, Haworth.
17. Bringle, Buunk, 1991.

18. Priambodo, N. (17 aprilie 2006). Dating trends jump on the technological train. *University of La Verne Campus Times*. Accesat pe http : //www.ulv.edu/ctimes/web_exclusives_stories/datingtrends.htm.
19. Vezi Uebelacker, L.A., Courtnage, E.S., Whisman, M.A. (2003). Correlates of depression and marital dissatisfaction : Perceptions of marital communication style. *Journal of Social and Personal Relationships*, 20, pp. 757-769.
20. Previti, D., Amato, P.R. (2003). Why stay married? Rewards, barriers, and marital stability. *Journal of Marriage and Family*, 65, pp. 561-573.
21. Dion, K.K., Dion, K.L. (1996). Cultural perspectives on romantic love. *Personal Relationships*, 3, pp. 5-17.
22. Amato, P.R., Previti, D. (2003). People's reasons for divorcing. *Journal of Family Issues*, 24, pp. 602-626.
23. Smock, P.J., Manning, W.D., Porter, M. (2005). "Everything's there except money" : How money shapes decisions to marry among cohabitors. *Journal of Marriage and Family*, 67, pp. 680-696.
24. Compton, J., Pollak, R.A. (2007). Why are power couples increasingly concentrated in large metropolitan areas? *Journal of Labor Economics*, 25, pp. 475-512.
25. Levine, R.B. (1993). Is love a luxury? *American Demographics*, 15, pp. 27-28.
26. Hsu, F.L.K. (1981). The self in cross-cultural perspective. În A.J. Marsella, B. De Vos, F.L.K. Hsu (eds.), *Culture and self* (pp. 24-55). Londra, Tavistock. Citatul este de la p. 50.
27. Coontz, S. (2006). *Marriage, a history : How love conquered marriage.* New York, Penguin.
28. Kurdek, L.A. (2004). Are gay and lesbian cohabiting couples really different from heterosexual married couples? *Journal of Marriage and Family*, 66, pp. 880-900.
29. Kurdek, L.A. (1998). Relationship outcomes and their predictors : Longitudinal evidence from heterosexual married, gay cohabiting, and lesbian cohabiting couples. *Journal of Marriage and the Family*, 60, pp. 553-568.
30. Kurdek, L.A. (1994). Conflict resolution styles in gay, lesbian, heterosexual nonparent, and heterosexual parent couples. *Journal of Marriage and the Family*, 56, pp. 705-722.
31. Kurdek, L.A. (1994). Areas of conflict for gay, lesbian, and heterosexual couples : What couples argue about influences relationship satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 56, pp. 923-934.
32. Kurdek, L.A., Schmitt, J.P. (1987). Perceived emotional support from family and friends in members of homosexual, married, and heterosexual cohabiting couples. *Journal of Homosexuality*, 14, pp. 57-68.
33. Kurdek, L.A. (1993). The allocation of household labor in gay, lesbian, and heterosexual married couples. *Journal of Social Issues*, 49, pp. 127-139.
34. Balsam, K.F., Beauchaine, T.P., Rothblum, E.D., Solomon, S.E. (2008). Three-year follow-up of same-sex couples who had civil unions in Vermont, same-sex couples not in civil unions, and heterosexual married couples. *Developmental Psychology*, 44, pp. 102-116 ; Roisman, G.I., Clausell, E., Holland, A., Fortuna, K., Elieff, C. (2008). Adult romantic relationships as contexts of human development : A multimethod comparison of same-sex couples with opposite-sex dating, engaged, and married dyads. *Developmental Psychology*, 44, pp. 91-101.
35. Barker, L.A., Emery, R.E. (1993). When every relationship is above average : Perceptions and expectations of divorce at the time of marriage. *Law and Human Behavior*, 17, pp. 439-450.
36. United States General Accounting Office. Accesat pe http : //www.gao.gov/archive/1997/og97016.pdf.
37. Knapp, M.L., Vangelisti, A.L. (2000). *Interpersonal communication and human relationships* (ed. a IV-a). Boston, Allyn & Bacon ; Avtgis, T.A., West, D.V., Anderson, T.L. (1998). Relationship stages : An inductive analysis identifying cognitive, affective, and behavioral dimensions of Knapp's relational stages model. *Communication Research Reports*, 15, pp. 280-287.
38. Peplau, L.A. (2003). Lesbian and gay relationships. În L. Garnets, D. Kimmel (eds.), *Psychological perspectives on lesbian, gay, and bisexual experiences* (pp. 395-419). New York, Columbia University Press.
39. Fitzpatrick, M.A. (1988). *Between husbands and wives : Communication in marriage.* Newbury Park, Sage.
40. Fitzpatrick, M.A., Fey, J., Segrin, C., Schiff, J.L. (1993). Internal working models of relationships and marital communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 12, pp. 103-131.
41. Wilmot, W.W., Hocker, J.L. (2001). *Interpersonal conflict.* New York, McGraw-Hill. Citatul este de la p. 40.

42. Gottman, J.M., Levenson, R.W. (1992). Maritai processes predictive of later dissolution : Behavior, physiology, and health. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, pp. 221-233.
43. Gottman, J.M. (1994). *What predicts divorce ?* Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
44. Holman, T.B., Jarvis, M.O. (2003). Hostile, volatile, avoiding, and validating couple-conflict types : An investigation of Gottman's couple-conflict types. *Personal Relationships*, 10, pp. 267-282.
45. Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy*. Albany, SUNY Press.
46. Vezi Dindia, K., Fitzpatrick, M.A., Kenny, D.A. (1997). Self-disclosure in spouse and stranger interaction : A social relations analysis. *Human Communication Research*, 23, pp. 388-412.
47. Cordova, J.V., Gee, C.B., Warren, L.Z. (2005). Emotional skillfulness in marriage : Intimacy as a mediator of the relationship between emotional skillfulness and marital satisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24, pp. 218-235.
48. Mirgain, S.A., Cordova, J.V. (2007). Emotion skills and marital health : The association between observed and self-reported emotion skills, intimacy, and marital satisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26, pp. 983-1009.
49. Gottman, J.M., Levenson, R.W. (1986). Assessing the role of emotion in marriage. *Behavioral Assessment*, 8, pp. 31-48.
50. Carstensen, L.L., Gottman, J.M., Levenson, R.W. (1995). Emotional behavior in long-term marriage. *Psychology and Aging*, 10, pp. 140-149.
51. Gottman, 1994.
52. *Ibid.*
53. Kluwer, E.S., Heesink, J.A.M., Van de Vliert, E. (1997). The marital dynamics of conflict over the division of labor. *Journal of Marriage and the Family*, 59, pp. 635-653 ; Perry-Jenkins, M., Folk, K. (1994). Class, couples, and conflict : Effects of the division of labor on assessments of marriage in dual-earner families. *Journal of Marriage and the Family*, 56, pp. 165-180.
54. Alberts, J.K., Yoshimura, C.G., Rabby, M., Loschiavo, R. (2005). Mapping the topography of couples' daily conversation. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22, pp. 299-322.
55. Kluwer, E.S., Heesink, J.A.M., Van de Vliert, E. (1996). Marital conflict about the division of household labor and paid work. *Journal of Marriage and the Family*, 58, pp. 958-969.
56. Coltrane, S. (2000). Research on household labor : Modeling and measuring the social embeddedness of routine family work. *Journal of Marriage and the Family*, 62, pp. 1208-1233 ; Coltrane, S., Adams, M. (2001). Men's family work : Child-centered fathering and the sharing of domestic labor. În R. Hertz, N.L. Marshall (eds.), *Working families : The transformation of the American home* (pp. 72-99). Berkeley, University of California Press.
57. Zvonkovic, A.M., Schmiege, C.J., Hall, L.D. (1994). Influence strategies used when couples make work-family decisions and their importance for marital satisfaction. *Family Relations*, 43, pp. 182-188.
58. *Ibid.*
59. Mannino, C.A., Deutch, F.M. (2007). Changing the division of household labor : A negotiated process between partners. *Sex Roles*, 56, pp. 309-324.
60. Johnson, E.M., Huston, T.L. (1998). The perils of love, or why wives adapt to husbands during the transition to parenthood. *Journal of Marriage and the Family*, 60, pp. 195-204 ; Kluwer, E.S., Heesink, J.A.M., Van de Vliert, E. (2000). The division of labor in close relationships : An asymmetrical conflict issue. *Personal Relationships*, 7, pp. 263-282.
61. Kluwer, E.S. (1998). Responses to gender inequality in the division of family work : The status quo effect. *Social Justice Research*, 11, pp. 337-357.
62. Boren, J.R. (noiembrie 2007). *Negotiating the division of household labor in same-sex romantic partnerships*. Lucrare prezentată la întîlnirea anuală a National Communication Association, Chicago.
63. Knapp, M.L., Vangelisti, A.L. (2000). *Interpersonal communication and human relationships* (ed. a IV-a). Boston, Allyn & Bacon.
64. Duck, S. (1987). How to lose friends without influencing people. În M.E. Roloff, G.R. Miller (eds.), *Interpersonal processes : New directions in communication research* (pp. 278-298). Beverly Hills, Sage.
65. Kellerman, K., Reynolds, R., Chen, J.B. (1991). Strategies of conversational retreat : When parting is not sweet sorrow. *Communication Monographs*, 58, pp. 362-383.
66. Kreider, R.M. (2005). *Number, timing, and duration of marriages and divorces, 2001.* Washington, DC, U.S. Census Bureau ; Munson, M.L., Sutton, P.D. (10 iunie2004). Births, marriages, divorces,

and deaths : Provisional data for 2003. *National Vital Statistics Report*. 52(22). Hyattsville. National Center for Health Statistics.

67. Amato, P.R. (2000). The consequences of divorce for adults and children. *Journal of Marriage and the Family*, 62, pp. 1269-1287.
68. Hetherington, E.M.. Stanley-Hagen, M. (1999). The adjustment of children with divorced parents : A risk and resiliency perspective. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 40, pp. 129-140.
69. American Bar Association. (1996). *Guide to family law*. New York, Times Books.
70. General Accounting Office. (1997). Memo B-275860. Accesat pe http : //www.gao.gov/archiva/1997/og97016.pdf.
71. Satir, V. (1972). *Peoplemaking*. Palo Alto, Science and Behavior Books.
72. U.S. Census Bureau. (2010). *Living arrangements of children : March 2010*. Washington, DC.
73. Floyd, K., Morman, M.T. (eds.). (2006). *Widening the family circle : New research on family communication*. Thousand Oaks, Sage.
74. Satir, 1972.
75. Braithwaite, D.O., Baxter, L.A., Harper, A.M. (1998). The role of rituals in the management of dialectical tensions of "old" and "new" in blended families. *Communication Studies*, 49, pp. 105-120.
76. *Ibid*. citatul este de la p. 113.
77. Stone, E. (1989). *Black sheep and kissing cousins : How our family stories shape us*. New York, Penguin.
78. Vangelisti, A.L., Caughlin, J.P. (1997). Revealing family secrets : The influence of topic, function, and relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14, pp. 679-705.
79. Gottman, J.M. (2006). Why marriages fail. În K.M. Galvin, P.J. Cooper (eds.), *Making connections : Readings in relational communication* (ed. a IV-a, pp. 228-236). Los Angeles, Roxbury.
80. Barbato, C.A., Graham, E.E., Perse, E.E. (2003). Communicating in the family : An examination of the relationship of family communication climate and interpersonal communication motives. *Journal ojFamily Communication*, 3, pp. 123-148.
81. Vangelisti, A.L., Young S.L. (2000). When words hurt : The effects of perceived intentionality on interpersonal relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 393-424.
82. Smidts, A., Pruyn, A.T.H.. van Riel, C.B.M. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 49, pp. 1051-1062.
83. Ellis, K. (2000). Perceived teacher confirmation : The development and validation of an instrument and two studies of the relationship to cognitive and affective learning. *Human Communication Research*, 26, pp. 264-291.
84. Akkirman, A.D., Harris, D.L. (2005). Organizational communication satisfaction in the virtual workplace. *Journal of Management Development*, 24, pp. 397-409.
85. Joiner, T. (2005). *Why people die by suicide*. Cambridge, Harvard University Press. Citatul este de la p. 120.
86. Ellis, K. (2002). Perceived parental confirmation : Development and validation of an instrument. *Southern Communication Journal*, 67, pp. 319-334.
87. Gottman, J. (2003). Why marriages fail. În K.M. Galvin, P.J. Cooper (eds.), *Making connections : Readings in relational communication* (pp. 258-266). Los Angeles, Roxbury.
88. Weger, H. (2005). Disconfirming communication and self-verification in marriage : Associations among the demand/withdraw interaction pattern, feeling understood, and marital satisfaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22, pp. 19-31.
89. Vezi, de exemplu, Barbato, C.A., Graham, E.E., Perse, E.M. (2003). Communicating in the family: An examination of the relationship of family communication climate and interpersonal communication motives. *Journal of Family Communication*, 3, pp. 123-148.
90. Sachs-Ericsson, N., Verona, E., Joiner, T., Preacher, K.J. (2006). Parental verbal abuse and the mediating role of self-criticism in adult internalizing disorders. *Journal of Affective Disorders*, 93. pp. 71-78,
91. Gibb, J.R. (1961). Defensive communication. *Journal of Communication*, 11, pp. 141-148.
92. Gottman, 2003.

Capitolul 11

1. Wilmot, W.W., Hocker, J.L. (2001). *Interpersonal conflict.* New York, McGraw-Hill. Citatul este de la p. 40.
2. Adaptat după Hocker, J.L., Wilmot, W.W. (1995). *Interpersonal conflict.* Madison, Brown & Benchmark.
3. Orbe, M.P., Warren, K.T. (2000). Different standpoints, different realities : Race, gender, and perceptions of intercultural conflict. *Communication Quarterly*, 48, pp. 51-57.
4. Mayer, B. (2000). *The dynamics of conflict resolution.* San Francisco, Jossey-Bass.
5. Smith, T.W., Berg, C., Uchino, B.N., Florsheim, P., Pearce, G. (martie 2006). *Marital conflict behavior and coronary artery calcification.* Lucrare prezentată la întîlnirea anuală a American Psychosomatic Society. Denver.
6. Kiecolt-Glaser, J.K., Glaser, R., Cacioppo, J.T., Malarkey, W.B. (1998). Marital stress : Immunologic, neuroendocrine, and autonomic correlates. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 840, pp. 656-663.
7. Dopp, J.M., Miller, G.E., Myers, H.F.. Fahey, J.L. (2000). Increased natural killer-cell mobilization and cytotoxicity during marital conflict. *Brain, Behavior, and Immunity*, 14, pp. 10-26.
8. Kiecolt-Glaser, J.K., Loving, T.J., Stowell, J.R., Malarkey, W.B., Lemeshow, S., Dickinson, S.L., Glaser, R. (2005). Hostile marital interactions, proinflammatory cytokine production, and wound healing. *Archives of General Psychiatry*, 62, pp. 1377-1384.
9. Vezi, de exemplu, Kiecolt-Glaser, J.K., Glaser, R., Cacioppo, J.T., MacCallum, R.C., Snydersmith, M., Kim, C., Malarkey, W.B. (1997). Marital conflict in older adults : Endocrinological and immunological correlates. *Psychosomatic Medicine*, 59, pp. 339-349 ; Kiecolt-Glaser, J.K., Malarkey, W.B., Chee, M., Newton, T., Cacioppo, J.T., Mao, H.-Y., Glaser, R. (1993). Negative behavior during marital conflict is associated with immunological down-regulation. *Psychosomatic Medicine*, 55, pp. 395-409.
10. Cahn, D., Floyd, S. (eds.). (1996). *Family violence from a communication perspective.* Thousand Oaks, Sage ; Gottman, J.M. (1994). *What predicts divorce ?* Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
11. Lloyd, S.A., Emery, B.C. (2000). The context and dynamics of intimate aggression against women. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 503-521.
12. Vezi Barnett, O.W., Miller-Perrin, C.L., Perrin, R.D. (1997). *Family violence across the life-span : An introduction.* Thousand Oaks, Sage.
13. Lloyd, S.A., Emery, B.C. (2000). *The dark side of courtship : Physical and sexual aggression.* Thousand Oaks, Sage.
14. Island, D., Letellier, P. (1991). *Men who beat the men who love them : Battered gay men and domestic violence.* New York, Haworth ; McLeod, M. (1984). Women against men : An examination of domestic violence based on an analysis of official data and national victimization data. *Justice Quarterly*, 1, pp. 171-193.
15. Peplau, L.A., Spaulding, L.R. (2000). The close relationships of lesbians, gay men and bisexuals. În C. Hendrick, S.S. Hendrick (eds.), *Close relationships : A sourcebook* (pp. 111-123). Thousand Oaks, Sage.
16. Cate, R.M., Henton, J.M., Koval, J.E., Christopher, F.S., Lloyd, S.A. (1982). Premarital abuse : A social psychological perspective. *Journal of Family Issues*, 3, pp. 79-90 ; Henton, J.M., Cate R.M., Koval, J.E., Lloyd, S.A., Christopher, F.S. (1983). Romance and violence in dating relationships. *Journal of Family Issues*, 3, pp. 467-482.
17. Lloyd, Emery, 2000.
18. Rogge, R.D., Bradbury, T.N. (1999). Till violence do us part : The differing roles of communication and aggression in predicting adverse marital outcomes. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 67, pp. 340-351.
19. Lloyd, S.A. (1996). Physical aggression and marital distress : The role of everyday marital interaction. În D.D. Cahn, S.A. Lloyd (eds.), *Family violence from a communication perspective* (pp. 177- 198). Thousand Oaks, Sage.
20. Canary, D.J., Weger, H., Stafford, L. (1991). Couples' argument sequences and their associations with relational characteristics. *Western Journal of Speech Communication*, 55, pp. 159-179.

21. Gottman, J.M. (1982). Emotional responsiveness in marital conversations. *Journal of Communication*, 32, pp. 108-120.
22. Koren, P., Carlton, K., Shaw, D. (1980). Marital conflict: Relations among behaviors, outcomes, and distress. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 48, pp. 460-468.
23. Erbert, L.A. (2000). Conflict and dialectics: Perceptions of dialectical contradictions in marital conflict. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, pp. 638-659.
24. Canary, D.J. (2003). Managing interpersonal conflict: A model of events related to strategic choices. În J.O. Greene, B.R. Burleson (eds.), *Handbook of communication and social interaction skills* (pp. 515-550). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
25. Kurdek, L.A. (1994). Areas of conflict for gay, lesbian, and heterosexual couples: What couples argue about influences relationship satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 56, pp. 923-934.
26. Vezi Canary, D.J., Cupach, W.R., Messman, S.J. (1995). *Relationship conflict: Conflict in parent--child, friendship, and romantic relationships*. Thousand Oaks, Sage.
27. Wood, J.T. (1998). *But I thought you meant...: Misunderstandings in human communication*. Mountain View. Mayfield.
28. Klinetob, N.A., Smith, D.A. (1996). Demand-withdraw communication in marital interaction: Tests of inter-spousal contingency and gender role hypotheses. *Journal of Marriage and Family*, 58, pp. 945-958.
29. Caughlin, J.P., Vangelisti, A.L. (1999). Desire for change in one's partner as a predictor of the demand/withdraw pattern of marital communication. *Communication Monographs*, 66, pp. 66-89.
30. Kurdek, L.A. (1994). Conflict resolution styles in gay, lesbian, heterosexual nonparent, and heterosexual parent couples. *Journal of Marriage and the Family*, 56, pp. 705-722.
31. Caughlin, J.P., Vangelisti, A.L. (2006). Conflict in dating and marital relationships. În J.G. Oetzel, S. Ting-Toomey (eds.), *The Sage handbook of conflict communication: Integrating theory, research, andpractice* (pp. 129-157). Thousand Oaks, Sage.
32. Patterson, C.J. (2000). Family relationships of lesbians and gay men. *Journal ojMarriage and the Family*, 62, pp. 1052-1069.
33. Peplau, L.A., Beals, K.P. (2004). The family lives of lesbians and gay men. În A.L. Vangelisti (ed.), *Handbook of family communication* (pp. 233-248). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
34. Ting-Toomey, S. (1997). Managing intercultural conflicts effectively. În L.A. Samovar, R.F. Porter (eds.), *Intercultural communication: A reader* (pp. 392-403). Belmont, Wadsworth.
35. Ting-Toomey, S. (1985). Toward a theory of conflict and culture. În W.B. Gudykunst, L.P. Stewart, S. Ting-Toomey (eds.), *Communication, culture, and organizationalprocesses* (pp. 71-86). Beverly Hills, Sage.
36. Gudykunst, W.B., Kim, Y.Y. (2003). *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (ed. a IV-a). New York, McGraw-Hill.
37. Ting-Toomey, S. (1988). Rhetorical sensitivity style in three cultures: France, Japan, and the United States. *Central States Speech Journal*, 39, pp. 28-36.
38. Okabe, K. (1987). Indirect speech acts of the Japanese. În L. Kincaid (wd.), *Communication theory: Eastern and Western perspectives* (pp. 127-136). San Diego, Academic.
39. Ting-Toomey, S., Kurogi, A. (1998). Facework competence in intercultural conflict: An updated face-negotiation theory. *International Journal of Intercultural Relations*, 22, pp. 187-225.
40. Suler, J.R. (1996). The psychology of cyberspace. Disponibil online pe http://www.rider.edu/-suler/psycyber/psycyber.html.
41. Suler, J R. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology and Behavior*, 7, pp. 321-326.
42. Vezi Donahue, W.A., Kolt, R. (1992). *Managing interpersonal conflict*. Newbury Park, Sage.
43. Ericson, P.M., Rogers, L.E. (1973). New procedures for analyzing relational communication. *Family Process*, 12, pp. 245-267.
44. Erchul, W.P., Sheridan, S.M., Ryan, D.A., Grissom, P.F., Killough, C.E., Mettler, D.W. (1999). Patterns of relational communication in conjoint behavioral consultation. *School Psychology Quarterly*, 14, pp. 121-147.
45. French, J.P.R., Raven, B. (1959). The bases of social power. În D. Cartwright, A. Zander (eds.), *Group dynamics* (pp. 607-623). New York, Harper & Row.
46. Brown, R. (1991). *Human universals*. Philadelphia, Temple University Press.
47. Mies, M. (1991). *Patriarchy and accumulation on a world scale: Women in the international division of labor*. Londra, Zed Books.

48. United Nations Inter-Agency Network on Women and Gender Equality (ianuarie 2011). *Facts and figures on democratic governance.* Washington, DC, Author.
49. *Ibid.*
50. Schumacher, J.A., Leonard, K.E. (2005). Husbands' and wives' marital adjustment, verbal aggression, and physical aggression as longitudinal predictors of physical aggression in early marriage. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 73, pp. 28-37.
51. Spender, D. (1990). *Man made language.* Londra, Pandora.
52. Loving, T.J., Heffner, K.I., Kiecolt-Glaser, J.K., Glaser, R., Malarkey, W.B. (2004). Stress hormone changes and marital conflict: Spouses' relative power makes a difference. *Journal of Marriage and Family*, 66, pp. 595-612.
53. Sprecher, S., Schmeeckle, M., Felmlee, D. (2006). The principle of least interest: Inequality in emotional involvement in romantic relationships. *Journal of Family Issues*, 27, pp. 1255-1280.
54. Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating across cultures.* New York, Guilford.
55. Bochner, S., Hesketh, B. (1994). Power distance, individualism/collectivism, and job related attitudes in a culturally diverse work group. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 25, pp. 233-257.
56. Gottman, J.M. (1993). A theory of marital dissolution and stability. *Journal of Family Psychology*, 7, pp. 57-75.
57. Gottman, J.M. (1994). *What predicts divorce? The relationship between marital processes and marital outcomes.* Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
58. Payne, K., Cangemi, J. (2001). Gender differences in leadership. În K.E. Payne (ed.), *Different but equal: Communication between the sexes* (pp. 145-162). Westport, Praeger.
59. Kiecolt-Glaser, J.K., Glaser, R., Cacioppo, J.T., Malarkey, W.B. (1998). Marital stress: Immunologic, neuroendocrine, and autonomic correlates. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 840, pp. 656-663.
60. Kiecolt-Glaser, J.K., Loving, T.J., Stowell, J.R., Malarkey, W.B., Lemeshow, S., Dickinson, S.L., Glaser, R. (2005). Hostile marital interactions, proinflammatory cytokine production, and wound healing. *Archives of General Psychiatry*, 62, pp. 1377-1384; Kiecolt-Glaser, J.K., Newton, T., Cacioppo, J.T., MacCallum, R.C., Glaser, R., Malarkey, W.B. (1996). Marital conflict and endocrine function: Are men really more physiologically affected than women? *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64, pp. 324-332.
61. Blake, R.R., Mouton, J.S. (1984). *The managerial grid III* (ed. a III-a). Houston, Gulf Publishing.
62. Messman, S.J., Mikesell, R.L. (2000). Competition and interpersonal conflict in dating relationships. *Communication Reports*, 13, pp. 21-34.
63. Olson, L.N., Braithwaite, D.O. (2004). "If you hit me again, I'll hit you back": Conflict management strategies of individuals experiencing aggression during conflicts. *Communication Studies*, 55, pp. 271-285.
64. Cahn, D.D. (1992). *Conflict in intimate relationships.* New York, Guilford.
65. Wilmot, W.W., Hocker, J.L. (2007). *Interpersonal conflict* (ed. a VII-a). New York, McGraw-Hill.
66. Oetzel, J.G., Ting-Toomey, S. (2003). Face concerns in interpersonal conflict: A cross-cultural empirical test of the face negotiation theory. *Communication Research*, 30, pp. 599-625.

Capitolul 12

1. Tyler, J.J., Feldman, R.S., Reichert, A. (2006). The price of deceptive behavior: Disliking and lying to people who lie to us. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, pp. 69-77.
2. Smith, D.L. (2004). *Why we lie: The evolutionary roots of deception and the unconscious mind.* New York, St. Martin's.
3. Gordon, A.K., Miller, A.G. (2000). Perspective differences in the construal of lies: Is deception in the eye of the beholder? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, pp. 163-170.
4. Adler, K. (2007). *The lie detectors: The history of an American obsession.* New York, Free Press.
5. Plante, T.G. (2004). *Do the right thing: living ethically in an unethical world.* Oakland, New Harbinger.
6. Vezi Levine, T.R., Asada, K.J.K., Lindsey, L.L.M. (2003). The relative impact of violation type and lie severity on judgments of message deceitfulness. *Communication Research Reports*, 20, pp. 208-218.

7. Cole, T. (2001). Lying to the one you love : The use of deception in romantic relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 18. pp. 107-129.
8. Kornet, A. (mai/iunie 1997). The truth about lying. *Psychology Today*, 30(3), p. 53.
9. Martin, J. (1999). *Miss Manners' basic training : The right thing to say*. New York, Random House/Crown.
10. Saxe, L. (1991). Lying : Thoughts of an applied social psychologist. *American Psychologist*, 46, pp. 409-415.
11. *Ibid.*
12. Vezi Garfinkel, S. (1995). *PGP : Pretty good privacy*. Sebastopol. O'Reilly and Associates.
13. Turkle, S. (1995). *Life on the screen : Identity in the age of the Internet*. New York, Simon & Schuster.
14. Vezi Frost, J. (2006). Impression formation in the information age : A study of and design for online dating. Teză de doctorat nepublicată, Massachusetts Institute of Technology. *Dissertation Abstracts International : Section B : The Sciences and Engineering. Vol.* 67 (5-B), p. 2875.
15. Epstein, R. (februarie/martie 2007). The truth about online dating. *Scientific American Mind*, pp. 28-35.
16. Gibbs, J.L., Ellison, N.B., Heino, R.D. (2006). Self-presentation in online personals : The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33, pp. 152-177.
17. Vezi Johnson, C.E. (2001). *Meeting the ethical challenges of leadership*. Thousand Oaks, Sage.
18. Knapp M.L. (2008). *Lying and deception in human interaction*. Boston, Pearson/Allyn & Bacon.
19. Stengel, R. (2000). *(You're too kind) A brief history of flattery*. New York, Simon & Schuster.
20. Feldman, R.S., Forrest, J.A., Happ, B.R. (2002). Self-presentation and verbal deception : Do self-presenters lie more? *Basic and Applied Social Psychology*, 24, pp. 163-170.
21. Ekman, P. (2001). *Telling lies : Clues to deceit in the marketplace, politics, and marriage*. New York, Norton ; Seiter, J.S., Bruschke, J., Bai, C. (2002). The acceptability of deception as a function of perceivers' culture, deceiver's intention, and deceiver-deceived relationship. *Western Journal of Communication*, 66, pp. 158-180.
22. Metts, S. (1989). A preliminary investigation of deception in close relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6, pp. 159-179.
23. Shulman, D. (2007). *From hire to liar : The role of deception in the workplace*. Ithaca, Cornell University Press.
24. DePaulo, B.M., Morris, W.L. (2004). Discerning lies from truths : Behavioural cues to deception and the indirect pathway of intuition. În P.A. Granhag, L.A. Strömwall (eds.), *The detection of deception in forensic contexts* (pp. 15-40). New York, Cambridge University Press ; Malone, B.E., DePaulo, B.M. (2001). Measuring sensitivity to deception. În J.A. Hall, F.J. Bernieri (eds.), *Interpersonal sensitivity : Theory and measurement* (pp. 103-124). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates ; Park, H.S., Levine, T.R., Harms C.M., Ferrara, M.H. (2002). Group and individual accuracy in deception detection. *Communication Research Reports*, 19, pp. 99-106 ; Vrij, A. (2000). *Detecting lies and deceit : The psychology of lying and the implications for professional practice*. New York, Wiley.
25. Vrij, A. (2000). *Detecting lies and deceit : The psychology of lying and the implications for professional practice*. New York, Wiley.
26. Vezi Kaufmann, G., Drevland, G.C.B., Wessel, E., Goverskeid, G., Magnussen, S. (2003). The importance of being earnest : Displayed emotions and witness credibility. *Applied Cognitive Psychology*, 17, pp. 21-34 ; O'Sullivan, M. (2003). The fundamental attribution error in detecting deception: The boy-who-cried-wolf effect. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, pp. 1316-1327.
27. Buller, D.B., Hunsaker, F. (1995). Interpersonal deception : XIII. Suspicion and the truth-bias of conversational participants. În J. Aitken (ed.), *Intrapersonal communication process reader* (pp. 239--251). Westland, Hayden-McNeil.
28. Buller, D.B., Burgoon, J.K. (1996). Interpersonal deception theory. *Communication Theory*, 6, pp. 203-242.
29. Gilbert, D.T. (1991). How mental systems believe. *American Psychologist*, 46, pp. 107-119 ; Gilbert, D.T., Krull, D.S., Malone, P.S. (1990). Unbelieving the unbelievable : Some problems in the rejection of false information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, pp. 601-613.
30. DePaulo, B.M., Lindsay, J.J., Malone, B.E., Muhlenbruck, L., Charlton, K., Cooper, H. (2003). Cues to deception. *Psychological Bulletin*, 129, pp. 74-118.

31. Park, H.S., Levine, T.R., McCornack, S.A., Morrison, K., Ferrara, M. (2002). How people really detect lies. *Communication Monographs*, 69, pp. 144-157.

32. Guerrero, L.K., Floyd, K. (2006). *Nonverbal communication in close relationships.* Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates ; vezi şi deTurck, M.A., Miller, G.R. (1985). Deceptionand arousal : Isolating the behavioral correlates of deception. *Human Communication Research*, 12, pp. 181-201 ; Feeley, T.H., deTurck, M.A. (1998). The behavioral correlates of sanctioned and unsanctioned deceptive communication. *Journal of Nonverbal Behavior*, 22, pp. 189-204.

33. Guerrero, Floyd, 2006 ; Zuckerman, M.. DePaulo, B.M., Rosenthal, R. (1986). Humans as deceivers and lie-detectors. În P.D. Blanck, R. Buck, R. Rosenthal (eds.), *Nonverbal communication in the clinical context* (pp. 13-35). University Park, Pennsylvania State University Press.

34. DePaulo *et al.*, 2003 ; Ekman, P., Friesen, W.V., Scherer, K.R. (1976). Body movement and voice pitch in deceptive interaction. *Semiotica*, 16, pp. 23-27.

35. Ekman, P., O'Sullivan. M., Friesen, W.V., Scherer, K.R. (1991). Face, voice, and body in detecting deceit. *Journal of Nonverbal Behavior*, 15, pp. 125-135.

36. Bauchner, J.E., Kaplan, E.P., Miller, G.R. (1980). Detecting deception : The relationship of available information to judgmental accuracy in initial encounters. *Human Communication Research*, 6, pp. 251-264.

37. Tecce, J.J. (1992). Psychology, physiology, and experimental psychology. În *McGraw-Hill yearbook of science and technology* (pp. 375-377). New York, McGraw-Hill.

38. DePaulo *et al.*, 2003 ; DePaulo, B.M., Stone, J.I., Lassiter, G.D. (1985). Deceiving and detecting deceit. În B.R. Schlenker (ed.), *The self and social life* (pp. 323-370). New York, McGraw-Hill ; Zuckerman, M., Driver, R.E. (1985). Telling lies : Verbal and nonverbal correlates of deception. În A.W. Siegman, S. Feldstein (eds.), *Multichannel integrations of nonverbal behavior* (pp. 129-148). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.

39. Jomier, J., Rault, E., Aylward, S.R. (2004). Automatic quantification of pupil dilation under stress. *IEEE International Symposium on Biomedical Imaging*, 1, pp. 249-252.

40. Lubow. R.E., Fein, O. (1996). Pupillary size in response to a visual guilty knowledge test : New techniques for the detection of deception. *Journal of Experimental Psychology : Applied*, 2, pp. 164-177.

41. Guerrero, Floyd, 2006 ; vezi şi Greene, J.O., O'Hair, H.D., Cody, M.J., Yen, C. (1985). Planning and control of behavior during deception. *Human Communication Research*, 11, pp. 335-364 ; Riggio, R.E., Friedman, H.S. (1983). Individual differences and cues to deception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, pp. 899-915.

42. Ekman, P. (2003). Darwin, deception, and facial expression. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1000, pp. 205-221 ; Ekman, P., Friesen, W.V., O'Sullivan, M. (1988). Smiles when lying. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, pp. 414-420 ; Scharlemann, J.P.W, Eckel, C.C., Kacelnik, A., Wilson, R.K. (2001). The value of a smile : Game theory with a human face. *Journal of Economic Psychology*, 22, pp. 617-640.

43. Vrij, A. (1995). Behavioral correlates of deception in a simulated police interview. *Journal of Psychology*. 129, pp. 15-29.

44. Buller, D.B., Aune, R.K. (1987). Nonverbal cues to deception among intimates, friends, and strangers. *Journal of Nonverbal Behavior*, 11, pp. 269-290.

45. Ekman, P., Friesen, W.V. (1974). Detecting deception from body or face. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, pp. 288-298.

46. Greene, J.O., O'Hair, H.D., Cody, M.J., Yen, C. (1985). Planning and control of behavior during deception. *Human Communication Research*, 11, pp. 335-364.

47. Buller, D.B., Burgoon, J.K. (1996). Interpersonal deception theory. *Communication Theory*, 6, pp. 203--242 ; dar vezi Frank, M.G., Ekman, P. (2004). Appearing truthful generalizes across different deception situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, pp. 486-495.

48. Burgoon, J.K., Buller, D.B., Ebesu, A., Rockwell, P. (1994). Interpersonal deception : V. Accuracy in deception detection. *Communication Monographs*, 61, pp. 303-325.

49. Burgoon, J.K., Floyd, K. (2000). Testing for the motivation impairment effect during deceptive and truthful interaction. *Western Journal of Communication*, 64, pp. 243-267 ; vezi şi Millar, M., Millar, K. (1995). Detection of deception in familiar and unfamiliar persons : The effects of information restriction. *Journal of Nonverbal Behavior*, 19, pp. 69-84.

50. Feldman, R.S., Tomasian, J.C., Coats, E.J. (1999). Nonverbal deception abilities and adolescents' social competence : Adolescents with higher social skills are better liars. *Journal of Nonverbal*

Behavior, 23, pp. 237-249 ; vezi şi Burgoon, J.K., Buller, D.B., Guerrero, L.K. (1995). Interpersonal deception : IX. Effects of social skill and nonverbal communication on deception success and detection accuracy. *Journal of Language and Social Psychology*, 14, pp. 289-311 ; DePaulo, B.M., Blank, A.L., Swaim, G.W., Hairfield, J.G. (1992). Expressiveness and expressive control. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, pp. 276-285.

51. Riggio, R.E., Tucker, J., Widaman, K.F. (1987). Verbal and nonverbal cues as mediators of deception ability. *Journal of Nonverbal Behavior*, 11, pp. 126-145.
52. Buller, D.B., Burgoon, J.K. (1996). Interpersonal deception theory. *Communication Theory*, 6, pp. 203-242.
53. Pentru o excepţie, vezi Feldman, R.S., Forrest, J.A., Happ, B.R. (2002). Self-presentation and verbal deception : Do self-presenters lie more? *Basic and Applied Social Psychology*, 24, pp. 163-170.
54. Bond, C.F., Omar, A., Mahmoud, A., Bonser, R.N. (1990). Lie detection across cultures. *Journal of Nonverbal Behavior*, 14, pp. 189-204.
55. Bond, C.F., Atoum, A.O. (2000). International deception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, pp. 385-395.
56. Pentru analiză, vezi Burgoon, J.K., Floyd, K. (2000). Testing for the motivation impairment effect during deceptive and truthful interaction. *Western Journal of Communication*, 64, pp. 243-267 ; vezi şi DePaulo, B.M., Kirkendol, S.E. (1989). The motivational impairment effect in the communication of deception. În J. Yuille (ed.), *Credibility assessment* (pp. 51-70). Deurne, Kluwer.
57. Bond, C.F., DePaulo, B.M. (2006). Accuracy of deception judgments. *Personality and Social Psychology Review*, 10, pp. 214-234.
58. Burgoon, J.K., Buller, D.B., Ebesu, A., Rockwell, P. (1994). Interpersonal deception : V. Accuracy in deception detection. *Communication Monographs*, 61, pp. 303-325 ; Toris, C., DePaulo, B.M. (1984). Effects of actual deception and suspiciousness of deception on interpersonal perceptions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, pp. 1063-1073 ; dar vezi McCornack, S.A., Levine, T.R. (1990). When lovers become leery : The relationship between suspicion and accuracy in detecting deception. *Communication Monographs*, 57, pp. 219-230.
59. Burgoon *et al.*, 1994.
60. Buller, D.B., Burgoon, J.K. (1996). Interpersonal deception theory. *Communication Theory*, 6, pp. 203-242.
61. Vezi Bond, C.F., Thomas, B.J., Paulson, R.M. (2004). Maintaining lies : The multiple-audience problem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, pp. 29-40 ; Ekman, P., Yamey, G. (2004). Emotions revealed : Recognising facial expressions. *British Medical Journal*, 328, pp. 75-76.
62. Burgoon, J.K., Buller, D.B., Floyd, K. (2001). Does participation affect deception success ? A test of the interactivity principle. *Human Communication Research*, 27, pp. 503-534.
63. Dunbar, N.E., Ramirez, A., Burgoon, J.K. (2003). The effect of participation on the ability to judge deceit. *Communication Reports*, 16, pp. 23-33.

Glosar

A

act amenințător la adresa feței Orice comportament care amenință una sau mai multe necesități asociate feței.

act de disimulare Tip de înșelare care implică omiterea anumitor detalii care ar modifica specificul relatării, dacă ar fi cunoscut.

act de simulare Tip de înșelare care implică inventarea unor informații sau exagerarea faptelor, cu scopul de a-i induce pe alții în eroare.

afirmație la persoana a doua Afirmație care transferă responsabilitatea pentru gîndurile sau sentimentele proprii asupra ascultătorului.

afirmație la persoana întîi Afirmație prin care emițătorul își asumă proprietatea gîndurilor sau sentimentelor.

agresivitate pasivă Tipar de comportament răzbunător, negînd totodată existența sentimentelor agresive.

amploare Diversitatea subiectelor despre care o persoană îi face dezvăluri alteia.

androginie Rol de gen care se distinge printr-o combinație de caracteristici masculine și feminine.

ansamblu perceptual Predispoziție de a percepe doar ce vrem sau ce ne așteptăm să percepem.

anxietate socială Teamă de a nu face o impresie bună asupra celorlalți.

apreciere reflectată Proces prin care concepția despre sine a unei persoane este influențată de convingerile sale cu privire la ceea ce cred alți oameni despre persoana respectivă.

argou Cuvinte informale, neconvenționale, înțelese adesea doar de membrii unei subculturi.

artefact Obiect sau trăsătură vizuală a unui mediu, cu valoare comunicativă.

ascultare Procesul activ de a înțelege semnificația mesajului rostit de o altă persoană.

ascultare critică Ascultare cu scopul de a evalua sau de a analiza cele auzite.

ascultare empatică A asculta pentru a înțelege ce gîndește sau simte altă persoană.

ascultare informațională Ascultarea cu scopul de a învăța ceva.

asexualitate Orientare sexuală caracterizată prin absența generală a intereselor sexuale.

atenție selectivă A asculta doar ceea ce dorim să auzim.

atitudine defensivă Preocupare excesivă de a se apăra de amenințarea criticilor.

atitudine încrezătoare Sentimentul că oamenii din jur țin la o persoană și o vor proteja.

atracție față de sarcini Atracție față de abilitățile unei persoane și față de faptul că ne putem bizui pe ea.

atracție fizică Atracție față de aspectul fizic al cuiva.

atracție interpersonală Orice forță care îi atrage pe oameni unul spre celălalt, pentru a forma o relație.

atracție socială Atracție față de personalitatea cuiva.

atribuire Explicația unui comportament observat.

autodezvăluire Act de a le oferi altora informații despre sine pe care considerăm că ei nu le știu deja.

automonitorizarea emoțiilor Conștientizaarea comportamentului propriu și a modului în care îi afectează pe ceilalți.

B

bias negativ Tendință de concentrare intensă asupra atributelor negative ale unei persoane, la formarea unei percepții.

bias pozitiv Tendință de concentrare intensă asupra atributelor pozitive ale unei persoane, în procesul formării unei percepții

biasul adevărului Tendinţă de a crede ce spune cineva, în absenţa unui motiv de a nu-i crede spusele.
biasul confirmării Tendinţă de a acorda atenţie doar informaţiilor care vin în sprijinul valorilor şi convingerilor proprii, respingînd sau ignorînd informaţiile care nu le confirmă.
bîrfă Comunicarea unor informaţii personale despre cineva unei terţe părţi, fără consimţămîntul primei persoane.
bisexualitate O orientare sexuală caracterizată de interes sexual atît faţă de femei, cît şi faţă de bărbaţi.
blocare Retragerea dintr-o conversaţie sau dintr-o interacţiune.

C

calomnie Afirmaţie defăimătoare făcută în scris sau în alt mediu fix de informare.
canal Cale de transmitere a mesajelor.
canale nonverbale Diverse forme comportamentale pe care le ia comunicarea nonverbală.
climat comunicaţional Tonul emoţional al unei relaţii.
(a) coda A transla o idee în limbaj sau în gesturi.
coduri de comunicare Comportamente verbale şi nonverbale, ca, de exemplu, idiomuri şi gesturi, ce caracterizează o cultură şi o diferenţiază de alte culturi.
colaborare Strategie de gestionare a conflictelor care presupune căutarea unei soluţii care să satisfacă necesităţile ambilor parteneri.
comparaţie socială Procesul comparării cu ceilalţi.
competenţă de comunicare Comunicarea în moduri eficiente şi adecvate într-o anumită situaţie.
competiţie Strategie de gestionare a conflictului prin care scopul uneia dintre părţi este să cîştige, iar cealaltă să piardă.
complexitate cognitivă Capacitatea de a înţelege o situaţie dată în multiple feluri.
comportament de implicare imediată Comportament nonverbal care transmite atracţia sau afilierea.
comportamente de apropiere Comportamente comunicaţionale care semnalează interesul legat de cunoaşterea unei persoane.
comportamente de evitare Comportamente comunicaţionale care semnalează lipsa interesului de a cunoaşte pe cineva.
comportamente de menţinere a relaţiei Comportamente folosite pentru a menţine şi consolida relaţiile personale.
compromis Strategie de gestionare a conflictelor în care ambele părţi renunţă la ceva ce îşi doresc, pentru ca ambele să primească ceva ce îşi doresc.
comunicare de masă Comunicare dinspre o sursă către un public larg.
comunicare interpersonală Comunicare ce survine între două persoane, în contextul relaţiei lor, şi care, pe măsură ce evoluează, le ajută să-şi negocieze şi să-şi definească relaţia.
comunicare intrapersonală Comunicare cu sine.
comunicare într-un grup mic Comunicare care survine în cadrul unor grupuri mici, de trei sau mai mulţi oameni.
comunicare nonverbală Comportamente şi caracteristici care transmit semnificaţii fără a face apel la cuvinte.
concepţie despre sine Ansamblu de idei stabile pe care le are o persoană cu privire la cine este el sau ea; numită şi *identitate.*
conflict interpersonal O dispută manifestată între două părţi independente care percep scopuri incompatibile, resurse insuficiente şi interferenţe reciproce.
contagiune emoţională Tendinţă de a imita experienţele şi manifestările emoţionale ale altor persoane.
context Mediul fizic sau psihologic în care survine comunicarea.
context cu multe canale Un context comunicaţional care implică mai multe canale simultan.
context cu puţine canale Un context comunicaţional care implică mai puţine canale simultan.
context interactiv Context al comunicării în care participanţii se pot vedea şi/sau auzi unul pe celălalt şi pot reacţiona în timp real (de exemplu, conversaţiile faţă în faţă, conversaţiile telefonice).
context noninteractiv Context al comunicării în care participanţii nu pot interacţiona unul cu celălalt în timp real (de exemplu, un mesaj din căsuţa vocală, un e-mail).
corp amigdalian Un grup de neuroni din creier care controlează în mare măsură reacţia corpului la teamă.
credibilitate Măsură în care ceilalţi consideră că acţiunile şi cuvintele cuiva sînt demne de încredere.
critică Exprimarea nemulţumirilor cu privire la altă persoană.
cronematică Utilizarea timpului.

cultură Sistem de simboluri, limbă, valori şi norme învăţate şi comune prin care un grup de oameni se diferenţiază de altul.

cultură colectivistă O cultură care pune mare accent pe loialitatea faţă de familie, locul de muncă sau comunitate, mai degrabă decît pe necesităţile individului.

cultură cu distanţă ierarhică mare Cultură în care cea mai mare parte a puterii este concentrată în mîinile cîtorva oameni, ca, de exemplu, monarhia sau partidul politic aflat la conducere.

cultură cu distanţă ierarhică mică O cultură în care puterea nu este strict concentrată în mîinile unor grupuri de oameni.

cultură cu un nivel redus de contact O cultură în care oamenii se ating rar şi menţin distanţe personale relativ mari unii faţă de ceilalţi.

cultură cu un nivel ridicat de contact O cultură în care oamenii se ating frecvent şi menţin o distanţă personală mică unii faţă de ceilalţi.

cultură individualistă O cultură care pune accent pe individualitate şi responsabilitate faţă de sine.

cultură puternic contextuală O cultură în care comunicarea verbală este adesea ambiguă, iar semnificaţiile sînt deduse din indici contextuali, ca, de exemplu, expresiile faciale şi tonalitatea vocii.

cultură slab contextuală O cultură în care comunicarea verbală ar trebui să fie explicită şi este interpretată adesea literal.

D

(a) decoda A interpreta sau a conferi semnificaţie unui mesaj.

dedicare Dorinţă de a rămîne într-o relaţie.

defăimare Limbaj care afectează reputaţia sau imaginea unei persoane.

deficit de beneficii Stare în care costurile relaţionale depăşesc beneficiile relaţionale.

depresie Afecţiune fizică ce implică oboseală excesivă, insomnie, modificări ale greutăţii corporale, sentimente de inutilitate şi/sau gînduri legate de sinucidere sau moarte.

dezgust Sentiment de repulsie ca reacţie la ceva ofensator.

diadă Doi oameni.

dimensiune relaţională Semnale cu privire la relaţia în care este comunicat un mesaj.

dimensiunea conţinutului Informaţii literale comunicate printr-un mesaj.

discurs axat pe ură Formă de ofensă menită să degradeze, să intimideze sau să dezumanizeze unele grupuri de oameni.

dispoziţie Sentiment, adesea prelungit, care nu are nici o cauză identificabilă.

dispreţ Sentiment de superioritate şi de lipsă de respect faţă de alţii.

distanţă intimă Distanţă pe care o menţin majoritatea oamenilor din culturile occidentale faţă de parteneri; variază de la 0 la 0,45 m.

distanţă personală Distanţă pe care o menţin majoritatea oamenilor din culturile occidentale faţă de prieteni şi rude; variază de la 0,45 m la 1,2 m.

distanţă publică Distanţă pe care o menţin majoritatea oamenilor din culturile occidentale faţă de persoanele din public în timpul unei interacţiuni cu un grup mai mare de persoane; variază între 3,6 m şi 7,3 m.

distanţă socială Distanţă pe care o menţin majoritatea oamenilor din culturile occidentale faţă de cunoştinţe; variază de 1,2 m la 3,6 m.

divorţ Finalizarea legală a unei căsătorii.

E

echivoc Un tip de înşelare care implică a da răspunsuri vagi, ambigue, la o întrebare, pentru a crea impresia falsă că s-a dat răspunsul.

efect de dezinhibare Tendinţă de a face sau de a spune într-un mediu (de exemplu, în mediul online) lucruri pe care cineva nu le-ar spune sau face în majoritatea celorlalte medii.

efect de halo Tendinţă de a atribui calităţi pozitive persoanelor atractive din punct de vedere fizic.

efectul de afectare a motivaţiei Ipoteză conform căreia motivaţia de a minţi cu succes afectează performanţele verbale ale celui care minte, astfel încît minciuna are mai puţine şanse să fie crezută.

efectul informaţiei primare Tendinţă de a acorda prioritate primelor impresii, comparativ cu impresiile ulterioare, în procesul formării percepţiilor.

efectul informaţiei recente Tendinţă de a acorda întîietate impresiei celei mai recente, în raport cu primele impresii, cînd ne formăm o percepţie.
efectul vivacităţii Tendinţă evenimentelor dramatice, şocante, de a distorsiona percepţia realităţii.
egal O persoană cu putere sau statut similar.
egocentric Incapabil să adopte perspectiva unei alte persoane.
elemente vocale Caracteristici ale vocii.
emoticoane Reprezentări textuale ale expresiilor faciale.
emoţie Reacţie multidimensională a corpului la orice eveniment care amplifică sau inhibă scopurile unei persoane.
emoţii primare Experienţe emoţionale distincte care nu constau din combinaţii de alte emoţii.
emoţii secundare Emoţii compuse din combinaţii de emoţii primare.
empatie Capacitatea de a gîndi şi de a simţi la fel ca ceilalţi.
eroare de atribuire instrumentală Tendinţă de a atribui succesele unor cauze interne şi eşecurile unor cauze externe.
eroare fundamentală de atribuire Tendinţă de a atribui comportamentele celorlalţi unor cauze interne, mai degrabă decît externe.
etapa circumscrierii Etapa disoluţiei unei relaţii caracterizată prin diminuarea calităţii şi volumului comunicării dintre parteneri.
etapa diferenţierii Etapa disoluţiei unei relaţii în care partenerii încep să-şi considere diferenţele ca fiind indezirabile sau enervante.
etapa evitării Etapa disoluţiei relaţiei în care partenerii creează o distanţă fizică şi emoţională între ei.
etapa experimentării Etapă din dezvoltarea relaţiei în care oamenii poartă conversaţii, ca să afle mai multe unul despre celălalt.
etapa iniţierii Etapa dezvoltării relaţiei în care oamenii se întîlnesc şi interacţionează pentru prima oară.
etapa integrării Etapă din dezvoltarea relaţiei în care se fondează un devotament profund şi există percepţia intensă că relaţia are o identitate proprie.
etapa intensificării Etapă din dezvoltarea relaţiei în care oamenii din cunoştinţe devin prieteni apropiaţi.
etapa încheierii Etapa disoluţiei relaţiei în care relaţia este considerată încheiată în mod oficial.
etapa stabilirii legăturilor Etapa din dezvoltarea relaţiei în care partenerii îşi fac publică legătura.
etapa stagnării Etapa disoluţiei relaţiei în care relaţia încetează să mai progreseze, iar partenerii abia mai comunică între ei.
etică Un cod de moralitate sau un ansamblu de idei despre ce anume este just.
etnicitate Modul în care îşi percepe o persoană predecesorii sau moştenirea culturală.
etnocentrism Preferinţă sistematică pentru caracteristicile culturii proprii.
etos Respectabilitatea, încrederea şi caracterul moral pe care le inspiră un vorbitor.
eufemism Expresie mai vagă, mai slab conotată, care simbolizează ceva mai dur sau mai agresiv.
evitare Crearea unei separări fizice şi emoţionale de partener.
evitarea incertitudinii Gradul în care oamenii încearcă să evite situaţii nestructurate, neclare sau imprevizibile.
exagerare Tip de distorsionare a adevărului care implică amplificarea faptelor sau insistarea excesivă asupra lor.

F

falsificare O formă de distorsionare a adevărului care implică prezentarea unor informaţii false, inventate, ca şi cum ar fi adevărate.
familie de origine Familie în care creşte o persoană (alcătuită adesea din părinţi şi fraţi).
familie de procreare Familie iniţiată de o persoană ca adult (alcătuită adesea din partenerul conjugal şi copii).
faţadă de camaraderie Necesitatea de a ne simţi plăcuţi şi acceptaţi de alţii.
faţă Imaginea publică pe care şi-o doreşte o persoană.
feedback Răspunsuri verbale şi nonverbale la mesaje.
feedback de evaluare Răspuns care oferă o evaluare a ceea ce a spus sau făcut vorbitorul.
feedback nonevaluativ Răspuns care nu conţine evaluări privind ceea ce a spus sau a făcut vorbitorul.
feminitate Un rol de gen, atribuit în mod tipic femeilor, care pune accent pe comportamentul expresiv, axat pe îngrijire.

fereastra Johari O reprezentare vizuală a componentelor sinelui cunoscute sau necunoscute sinelui şi celorlalţi.
fericire O stare de mulţumire, bucurie, plăcere şi veselie.
figurare Comportamente utilizate de o persoană pentru a-şi proiecta imaginea publică dorită.

G

gelozie Perceperea faptului că existenţa sau calitatea unei relaţii importante este ameninţată de o terţă parte.
gest adaptor Gest folosit pentru a satisface o necesitate personală.
gest de reglaj Gest care controlează fluxul conversaţiei.
gest ilustrativ Gest care amplifică sau clarifică un mesaj verbal.
gest-emblemă Gest care poate fi translat direct în limbaj.
gesticulare Utilizarea mişcărilor braţului şi ale mîinii pentru a comunica.
grupuri de referinţă Grupuri de persoane cu care se compară oamenii în procesul comparării sociale.

H

haptică Studiul modului în care oamenii folosesc atingerea pentru a comunica.
heterosexualitate Orientare sexuală caracterizată de interes sexual faţă de membrii sexului opus.
homosexualitate Orientare sexuală caracterizată de interes sexual faţă de membrii propriului sex.

I

identitate Vezi *concepţie despre sine*.
imagine Modul în care o persoană doreşte să fie văzută sau percepută de ceilalţi.
indicii privind alternarea replicilor Indici nonverbali care arată cînd vine şi cînd se încheie rîndul unei persoane să vorbească.
infidelitate A avea interacţiuni afective sau sexuale cu cineva, în afara relaţiei de cuplu.
in-grup Grup de oameni cu care se identifică o persoană.
insultă Declaraţie verbală defăimătoare.
inteligenţă emoţională Capacitate de a percepe şi de a înţelege emoţii, de a folosi emoţiile pentru a facilita gîndirea şi de a gestiona emoţiile în mod constructiv.
interdependenţă Stare în care comportamentul fiecărei persoane îi influenţează pe toţi ceilalţi implicaţi în relaţie.
interpretare Procesul de atribuire a semnificaţiilor unor informaţii selectate pentru a li se acorda atenţie şi pentru a fi organizate.
intimitate Apropiere emoţională semnificativă trăită în cadrul unei relaţii.
investiţie Resursele pe care le folosim într-o relaţie.
invidie Dorinţă de a avea ceva ce posedă altă persoană.
ipoteza Sapir-Whorf Ideea că limba influenţează modurile în care membrii unei culturi percep lumea şi emit reflecţii despre ea.
iubire Emoţie care constă în a simţi atracţie faţă de cineva, a fi ataşat şi profund devotat faţă de o anumită persoană.

Î

înşelare Cunoaşterea şi transmiterea intenţionată a informaţiilor în scopul inducerii unei convingeri false ascultătorului.
întrerupere competitivă Folosirea întreruperilor pentru a prelua controlul asupra unei conversaţii.

K

kinezică Studiul mişcării.

L

limbaj Sistem structurat de simboluri folosit pentru a comunica semnificaţii.
limbaj ambiguu Limbaj care are mai multe semnificaţii posibile.
limbaj ofensator Un tip de limbaj considerat vulgar, nepoliticos sau obscen în contextul în care este folosit.
limbaj puternic conotativ Termeni care includ semnificaţii intens pozitive sau intens negative.
logos Capacitatea ascultătorului de a raţiona.

M

managementul imaginii Procesul proiectării imaginii pe care dorim să o avem în public.
manifestare afectivă Gest care comunică emoţia.
masculinitate Un rol de gen atribuit în mod tipic bărbaţilor, care pune accent pe dominare, competiţie şi gîndire logică.
mesaj Elemente verbale şi nonverbale ale comunicării, cărora oamenii le conferă semnificaţii.
mesaj dominator Mesaj verbal prin care vorbitorul încearcă să exercite dominare sau să obţină control asupra ascultătorului.
mesaj neutru Mesaj verbal prin care se încearcă neutralizarea controlului şi puterii relaţionale.
mesaj submisiv Mesaj verbal care reflectă acceptarea puterii altei persoane sau supunerea.
mesaje de confirmare Comportamente care arată cît de mult valorizăm o altă persoană.
mesaje de infirmare Comportamente care implică desconsiderarea altei persoane.
metacomunicare Comunicare despre comunicare.
metaconflict Conflict cu privire la un conflict.
metaemoţie O emoţie indusă de o altă emoţie.
mimica feţei Utilizarea expresiilor faciale pentru a comunica.
mînie Reacţie emoţională la nedreptăţi.
model Descriere formală a unui proces.
modelul HURIER Un model al ascultării eficiente care implică auzirea, înţelegerea, amintirea, interpretarea, evaluarea şi răspunsul.
monocronic Concept ce tratează timpul drept un bun finit care poate fi cîştigat, economisit, cheltuit şi irosit.
monogamie A avea o singură relaţie de cuplu la un moment dat şi a evita implicarea afectivă sau sexuală cu alte persoane, în afara relaţiei.

N

naţionalitate Statutul unei persoane drept cetăţean al unei anumite ţări.
necesităţi instrumentale Necesităţi practice, cotidiene.
necesităţi legate de autonomie Necesitatea de a evita constrîngerile din partea altora.
necesităţi legate de competenţă Necesitatea de a fi respectat şi considerat competent şi inteligent.
necesităţi legate de faţă Componente importante ale imaginii noastre publice pe care ne-o dorim.
nevoie de afecţiune Nevoia de a oferi şi de a primi dovezi de dragoste şi de apreciere.
nevoie de apartenenţă Ipoteza că fiecare dintre noi se naşte cu impulsul fundamental de a căuta, de a stabili, menţine şi proteja relaţii sociale puternice.
nevoie de control Necesitatea noastră de a dispune de o doză de control într-o relaţie.
nivel de comparaţie Aşteptările realiste ale unei persoane privind ceea ce doreşte şi crede că merită de la o relaţie.
nivel de comparaţie pentru alternative Evaluarea unei persoane privind cît de bună este relaţia ei actuală, în comparaţie cu alte opţiuni.
norma reciprocităţii O aşteptare socială cu privire la faptul că resursele şi favorurile oferite unei persoane într-o relaţie ar trebui să-i fie acordate şi de cealaltă persoană.

O

obtuzitate Tendinţă de a nu asculta nimic din lucrurile cu care nu sîntem de acord.
oculezică Studiul comportamentului privirii.

olfacţie Studiul simţului mirosului.
omisiune Un tip de înşelare care implică excluderea unor detalii importante dintr-o relatare.
onomatopee Cuvînt format prin imitarea sunetului asociat cu semnificaţia sa.
organizare Procesul clasificării informaţiilor selectate pentru a li se acorda atenţie.
orientare sexuală Trăsătură care determină sexul sau sexele de care este atrasă sexual o persoană.
out-grup Grup de oameni cu care cineva nu se identifică.

P

paralimbaj Comportamente vocale care însoţesc comportamentul verbal, comunicînd semnificaţii.
pasiune Emoţie secundară care constă în bucurie şi surpriză, plus experienţele de entuziasm şi atracţie faţă de altă persoană.
patos Emoţiile ascultătorilor.
percepţie Procesul de extragere a semnificaţiilor lucrurilor pe care le trăim în mediul nostru.
percepţie interpersonală Procesul înţelegerii semnificaţiilor pornind de la oamenii din mediul nostru şi de la relaţiile noastre cu ei.
personalitate Tipar de comportamente şi moduri de gîndire ce caracterizează o persoană.
policronic Concept care tratează timpul drept o resursă infinită, mai degrabă decît un bun finit
poligamie Practică prin care o persoană este căsătorită cu unul sau mai mulţi parteneri simultan.
predicţie care se autoadevereşte Aşteptare care induce comportamente ce cauzează adeverirea aşteptărilor.
profunzime Intimitatea subiectelor pe care o persoană le dezvăluie alteia.
proporţionalitate Raportul dintre dimensiunile trăsăturilor faciale.
proxemică Studiul utilizării spaţiului.
pseudoascultare Folosirea comportamentelor de feedback pentru a crea falsa impresie că ascultăm.
putere Capacitatea de a manipula, influenţa sau controla alţi oameni sau evenimente.
putere coercitivă Putere bazată pe capacitatea de a pedepsi.
putere de expert Putere care derivă din expertiza, talentul, pregătirea, informaţiile de specialitate sau experienţa cuiva.
putere legitimă Putere bazată pe statutul sau poziţia legitimă a cuiva.
putere recompensatoare Putere care derivă din capacitatea de a recompensa.
putere referenţială Putere care derivă din atracţia sau admiraţia faţă de altă persoană.

R

(a) raţiona A emite judecăţi cu privire la lume pe baza dovezilor, mai degrabă decît pe baza emoţiilor sau intuiţiei.
receptor Partea care interpretează un mesaj.
reevaluare emoţională Procesul modificării evaluării unei situaţii care a generat o emoţie negativă, astfel încît efectul emoţiei este diminuat.
regulă explicită O regulă privind comportamentul, care a fost exprimată clar.
regulă implicită O regulă despre comportament care nu a fost clar formulată, dar este totuşi subînţeleasă.
reguli de manifestare Coduri nescrise care reglementează felul în care oamenii îşi gestionează şi îşi exprimă emoţiile.
relaţie complementară O relaţie dintre părţi care au niveluri diferite de putere.
relaţie simetrică O relaţie dintre părţi care au acelaşi nivel de putere.
reverie Visare cu ochii deschişi, în timpul în care nu ascultăm.
ritualuri Comportamente repetitive care au o semnificaţie specială pentru un grup sau o relaţie.
rol de gen Un ansamblu de aşteptări privind comportamentul adecvat, pe care o cultură îl atribuie de obicei unui om, în baza sexului său biologic.

S

scepticism Practica evaluării dovezilor care sprijină un fapt.
selecţie Procesul acordării atenţiei unui anumit stimul.
sens conotativ Sens implicit sau secundar al unui cuvînt, pe lîngă sensul său literal.

sens denotativ Înţeles literal al unui cuvînt sau definiţia sa din dicţionar.
simbol Reprezentarea unei idei.
simetrie Similaritatea dintre partea stîngă şi partea dreaptă a feţei sau a corpului.
simpatie Evaluare generală pozitivă cu privire la altă persoană.
societate Un grup de oameni care au în comun aceleaşi simboluri, limbă, valori şi norme.
stereotipuri Generalizări cu privire la grupuri de persoane, aplicate membrilor individuali ai grupurilor respective.
stigmat Caracteristică ce discreditează o persoană, determinînd-o să fie considerată anormală sau indezirabilă.
stimă de sine Evaluare subiectivă a propriei valori şi a meritului personal.
subculturi Grupuri de oameni care au valori, obiceiuri şi norme comune asociate cu interesele sau caracteristicile lor comune, pe lîngă cetăţenia naţională.
suferinţă Procesul emoţional de gestionare a unei pierderi profunde.
supraatribuire Tendinţă de a atribui o varietate de comportamente unei singure caracteristici a unei persoane.
supraîncărcare emoţională Starea de a fi depăşit de cantitatea de informaţii recepţionate.
surplus de beneficii Stare în care beneficiile relaţionale depăşesc costurile relaţionale.
sursă Originea unui gînd sau a unei idei.

T

teamă Reacţia minţii şi a corpului la un perceperea unui pericol.
tendinţă de respingere Tendinţă de a contesta punctul de vedere al unui vorbitor şi de a formula o replică în timp ce persoana respectivă încă mai vorbeşte.
tendinţe de acţiune Motivaţii cu fundament biologic ale unor reacţii comportamentale specifice faţă de emoţii.
tensiuni dialectice Conflicte între două nevoi sau dorinţe importante, dar opuse.
teoria diminuării incertitudinilor Teorie care sugerează că oamenii sînt motivaţi să-şi diminueze incertitudinile cu privire la ceilalţi.
teoria echităţii Teorie care anticipează că o relaţie bună este cea în care raportul dintre costurile şi beneficiile unei persoane este egal cu cel dintre costurile şi beneficiile partenerului său.
teoria managementului intimităţii comunicării Teorie care explică felul în care oamenii gestionează tensiunea dintre intimitate şi dezvăluire.
teoria penetrării sociale Teorie care anticipează că, odată cu dezvoltarea relaţiilor, comunicarea devine mai amplă şi mai profundă.
teoria schimbului social Teorie conform căreia oamenii caută să întemeieze şi să menţină relaţii în care beneficiile depăşesc costurile.
teoria valorii rezultatului anticipat Teorie conform căreia întemeiem relaţii atunci cînd credem că acestea merită efortul investit.
tipar de solicitare-retragere Model comportamental în care o persoană emite solicitări, iar cealaltă persoană se retrage din conversaţie.
tolerare Strategie de gestionare a conflictelor care implică cedarea în faţa necesităţilor şi dorinţelor celeilalte persoane, subordonîndu-le pe cele proprii.
tristeţe Emoţie care implică sentimentul de nefericire, regret şi descurajare, de obicei drept consecinţă a unui anumit tip de pierdere.

V

valenţă Caracter pozitiv sau negativ al unei emoţii.
vorbire expresivă Comunicare verbală al cărei scop este exprimarea emoţiilor şi consolidarea relaţiilor.
vorbire instrumentală Comunicare verbală al cărei scop este rezolvarea problemelor şi îndeplinirea sarcinilor.

Z

zgomot Orice interferează cu codarea sau decodarea unui mesaj

Indice*

* Numerele de pagini urmate de „f” indică o figură ; cele urmate de „t” indică un tabel.

B

E

F

G

N

R

S

Ş

T

U

V

W

Z

Collegium. Psihologie

au apărut :

Jean-Claude Abric - *Psihologia comunicării. Teorii și metode*
Ştefan Boncu - *Psihologia influenței sociale*
Daniel Gaonac'h, Pascale Larigauderie - *Memorie și funcționare cognitivă*
Bruna Zani, Augusto Palmonari - *Manual de psihologia comunității*
Ion Dafinoiu, Jenő László Vargha - *Hipnoza clinică. Tehnici de inducție. Strategii terapeutice*
Adrian Neculau (coord.) - *Manual de psihologie socială*
Mihaela Vlăsceanu - *Organizații și comportament organizațional*
Iolanda Mitrofan (coord.) - *Cursa cu obstacole a dezvoltării umane. Psihologie, psihodiagnoză, psihoterapie centrată pe copil și familie*
Jacques Montangero - *Vis și cogniție*
Roy Schafer - *Interpretarea psihanalitică a testului Rorschach*
Patrick Rateau - *Metodele și statisticile experimentale în științele umane*
Ivana Marková - *Dialogistica și reprezentările sociale*
Zoltán Bogáthy (coord.) - *Manual de psihologia muncii și organizațională*
Dorina Sălăvăstru - *Psihologia educației*
Mielu Zlate - *Leadership și management*
Constantin Enăchescu - *Tratat de igienă mintală*
Mielu Zlate - *Tratat de psihologie organizațional-managerială* (vol. I)
Ticu Constantin - *Evaluarea psihologică a personalului*
Ana Stoica-Constantin - *Conflictul interpersonal. Prevenire, rezolvare și diminuarea efectelor*
Alex Mucchielli - *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*
Nicolae Mitrofan, Laurențiu Mitrofan - *Testarea psihologică. Inteligența și aptitudinile*
Ion Dafinoiu, Jenő-László Vargha - *Psihoterapii scurte. Strategii, metode, tehnici*
Vasile Cernat - *Psihologia stereotipurilor*
Marius Milcu - *Psihologia relațiilor interpersonale*
Romeo Zeno Crețu - *Evaluarea personalității*
Gerald Matthews, Ian J. Deary, Martha C. Whiteman - *Psihologia personalității. Trăsături, cauze, consecințe*
Daniel David - *Psihologie clinică și psihoterapie. Fundamente*
Mihai Curelaru - *Reprezentări sociale*
Daniel David - *Metodologia cercetării clinice. Fundamente*
Dennis Howitt, Duncan Cramer - *Introducere în SPSS pentru psihologie*
Ana Muntean - *Psihologia dezvoltării umane*
Alin Gavreliuc - *De la relațiile interpersonale la comunicarea socială. Psihologia socială și stadiile progresive ale articulării sinelui* (ediția a II-a)
Constantin Enăchescu - *Tratat de teoria cercetării științifice* (ediția a II-a)
Constantin Enăchescu - *Tratat de psihanaliză și psihoterapie* (ediția a III-a)
Nicolas Guéguen - *Psihologia manipulării și a supunerii*
Mielu Zlate - *Tratat de psihologie organizațional-managerială* (vol. II)
Zoltán Bogáthy (coord.) - *Manual de tehnici și metode în psihologia muncii și organizațională*
Daniel David, Oana Benga, Alina S. Rusu - *Fundamente de psihologie evoluționistă și consiliere genetică. Integrări ale psihologiei și biologiei*
Serge Moscovici, Fabrice Buschini (coord.) - *Metodologia științelor socioumane*
Adrian Neculau - *Dinamica grupului și a echipei*
Mihai Aniței - *Psihologie experimentală*
Petru Lucian Curșeu - *Grupurile în organizații*
Gilles Amado, André Guittet - *Psihologia comunicării în grupuri*
Constantin Enăchescu - *Tratat de psihopatologie* (ediția a IV-a)
Septimiu Chelcea (coord.) - *Psihosociologie. Teorii, cercetări, aplicații*
Roger Fontaine - *Psihologia îmbătrînirii*
Constantin Enăchescu - *Tratat de psihosexologie* (ediția a IV-a)
Constantin Enăchescu - *Tratat de psihologie morală* (ediția a III-a)

Marian Popa - *Statistică pentru psihologie. Teorie şi aplicaţii SPSS*
Marian Popa - *Introducere în psihologia muncii*
Eugen Avram, Cary L. Cooper (coord.) - *Psihologie organizaţional-managerială. Tendinţe actuale*
Constantin Enăchescu, Liliana Enăchescu - *Psihosomatică*
Ana Muntean - *Psihologia dezvoltării umane* (ediţia a III-a)
Gabriel Moser - *Introducere în psihologia mediului*
Gerald R. Adams, Michael D. Berzonsky (coord.) - *Psihologia adolescenţei. Manualul Blackwell*
Mielu Zlate - *Fundamentele psihologiei*
Constantin Enăchescu - *Tratat de psihologie diferenţială*
Nicolae Mitrofan - *Testarea psihologică. Aspecte teoretice şi practice*
Sandra A. McIntire, Leslie A. Miller - *Fundamentele testării psihologice. O abordare practică*
Dennis Howitt, Duncan Cramer - *Introducere în SPSS pentru psihologie. Versiunea 16 şi versiunile anterioare* (ediţia a II-a)
Mihaela Boza - *Atitudinile sociale şi schimbarea lor*
Michel-Louis Rouquette (coord.) - *Gîndirea socială. Perspective fundamentale şi cercetări aplicate*
Robin Harwood, Scott A. Miller, Ross Vasta - *Psihologia copilului*
Romeo Zeno Creţu - *Amprenta comportamentală şi evaluarea personalităţii*
Marian Popa - *Statistici multivariate aplicate în psihologie*
Elena Cocoradă - *Introducere în teoriile învăţării*
Jean-Pierre Deconchy - *Credinţe şi ideologii. Abordări psihosociale*
Alin Gavreliuc - *Psihologie interculturală*
Ana Muntean, Anca Munteanu - *Violenţă, traumă, rezilienţă*
Florin A. Sava (coord.) - *Metode implicite de investigare a personalităţii*
Serge Moscovici - *Influenţă socială şi schimbare socială*
Serge Moscovici, Ivana Marková - *Psihologia socială modernă. Istoria creării unei ştiinţe sociale internaţionale*
Mihaela Chraif, Mihai Aniţei - *Metoda interviului în psihologia resurselor umane*
Adrian Opre - *Inconştientul cognitiv. Modele teoretice, suport experimental şi aplicaţii*
Septimiu Chelcea - *Psihosociologia publicităţii. Despre reclamele vizuale*
Ticu Constantin - *Pregătirea şi realizarea evaluării psihologice individuale. Norme, metodologie şi proceduri*
Marian Popa - *Psihologie militară*
Gerald Matthews, Ian J. Deary, Martha C. Whiteman - *Psihologia personalităţii. Trăsături, cauze, consecinţe* (ediţia a II-a)
Daniel David - *Tratat de psihoterapii cognitive şi comportamentale* (ediţia a II-a)
Grigore Havârneanu - *Psihologia transporturilor. O perspectivă psihosocială*
Florin A. Sava - *Psihologia validată ştiinţific. Ghid practic de cercetare în psihologie*
Kory Floyd - *Comunicarea interpersonală*

www.polirom.ro

Redactor: Ramona Lupu
Coperta: Carmen Parii
Tehnoredactor: Constantin Mihăescu

Bun de tipar: februarie 2013. Apărut: 2013
Editura Polirom, B-dul Carol I nr. 4 • P.O. Box 266
700506, Iaşi, Tel. & Fax: (0232) 21.41.00; (0232) 21.41.11;
(0232) 21.74.40 (difuzare); E-mail: office@polirom.ro
Bucureşti, Splaiul Unirii nr. 6, bl. B3A, sc. 1, et. 1,
sector 4, 040031, O.P. 53 • C.P. 15-728
Tel.: (021) 313.89.78; E-mail: office.bucuresti@polirom.ro

Tiparul executat la Tipografia Lidana, Suceava
Tel. 0230/517.518, 206147; Fax: 0230/206.268